

إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت

حلمي محمود محمد أحمد محاسب
المدرس المساعد بقسم الإعلام
بكلية الآداب بقنا



إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت

دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية

هلمي محمود محمد أحمد محسب

المدرس المساعد بقسم الإعلام

بكلية الآداب بقنا

١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م



محمود، حلمي

إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت /

حلمي محمود

ط1- القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2006.

384 ص، 24 سم .

تدمك 1 - 091 - 380 - 977

1 - الصحافة - التحرير الآلي

أ - العنوان

رقم الإيداع: 2006/17171

070.415

الطبعة الأولى، 1428 هـ / 2007 م

الناشر



دار العلوم للنشر والتوزيع - القاهرة

هاتف : (202)5761400 فاكس: (202)5799907

البريد الإلكتروني:

daralaloom@hotmail.com

daralaloom2002@yahoo.com

القدمة

مقدمة

لقد شهد القرن العشرون تنامياً في وسائل الاتصال وانتقالها من تحكم الآلات كبيرة الحجم إلى الآلات دقيقة الحجم؛ فشهد في منتصفه ميلاد الكمبيوتر، وبحلول عام ١٩٩١ ظهرت الإنترنت كأكثر وسيلة اتصال من خلال الربط بين مشروعي شبكة أربا (ARPA)^(*) وشبكة ناسفت (NET *FNS) فيما يعرف بالإنترنت^(*).

ومنذ ذلك الحين بدأ دخول المؤسسات والأفراد في تلك الشبكة؛ فقد قدرت دراسة كل من Toledo & Mendoza : (1997) عدد مستخدمي الإنترنت بحلول عام ٢٠٠٠ بمائة وستين مليون مستخدم^(*) وعلى الرغم من تنبؤ توليدو و ميندوزا بهذه الزيادة الكبيرة لمستخدمي الإنترنت إلا أن الواقع الفعلي وصل إلى أكبر من ذلك بكثير، فقد قُدر عدد مستخدمي الإنترنت في نوفمبر ٢٠٠٠ بحوالي ١,٤٠٧ مليون مستخدم^(*)، كما قُدر مستخدمو الإنترنت في مصر بحوالي ٤٤٠,٠٠٠ نسبة قدرها ٦٥,٠٠٪ من إجمالي السكان^(*)، بينما قُدر مستخدموها في الولايات المتحدة بحوالي ١٥٣,٨٤ مليون مستخدم، بنسبة قدرها ٥٥,٨٣٪ من إجمالي السكان^(**).

(*) أنشئت شبكة (NSFNET) في عام ١٩٨٠، وهي اختصار لمؤسسة العلوم القومية (National Science Foundation)

(*) Paul Hoffman & John Levine (1994) the internet, Chicago: Compaq IDC Press, pp.10-13.

(*) تتعدد أسماء مستخدم شبكة الإنترنت فمنها : المستخدم (User) والمبحر (Navigator) ومستخدم الفضاء الإلكتروني (Cyberspacer)؛ لكن الباحث سيعتمد في هذه الدراسة على مصطلح المستخدم لشيوع هذا المصطلح.

(†) Miguel Rafael Mendoza H. & Jose A. Alvarez de Toledo (1997) Demographics and Behavior of the Chilean Internet Population, retrieved, 18/2/2002 Available online (URL): <http://www.ascusc.org/icmc/vol3/issue1/mendoza.html>

(‡) How Many Online? (2002) retrieved, 12/5/2003 Available online (URL): http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html

(§) Africa (2002) retrieved, 12/5/2003, Available online (URL): http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/africa.html

(**) U.S. & Canada (2002) retrieved, 12/5/2003 Available online (URL): http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/n_america.html

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة

وقد وصل عدد الصحف علي الإنترنت خلال عام ١٩٩٤ إلي عشرين صحيفة، ثم تزايد هذا العدد ليصل إلي ١٩٢٠ صحيفة عام ١٩٩٦، ثم تزايد هذا العدد أيضا ليصل إلي ٤٩٢٥ صحيفة في نهاية عام ١٩٩٨، منها ٢٧٩٩ صحيفة في الولايات المتحدة الأمريكية، التي رفعت الاتفاق علي تلك الصحف من ٢١ مليون دولار خلال عام ١٩٩٦ إلي ٢٠٣,٧ مليون دولار بنهاية ١٩٩٨^(*).

وفي مقابل هذا الإنفاق الباهظ فقد توقعت الصحف أن تحني أرباحًا طائلة، غير أن الواقع الفعلي كان مغايرًا لذلك، فقد خسرت هذه الصحف ٨٠ مليون دولار بنهاية عام ١٩٩٨، وقد دفعت هذه الخسائر ١٠٠ صحيفة من صحف الولايات المتحدة الأمريكية إلي إغلاق مواقعها علي الإنترنت^(١).

وقد أرجع إريك مير (Erick Meyer) أسباب هذه الخسائر إلي أن قراء هذه الصحف لا يريدون أن يدفعوا اشتراكات نظير إطلاعهم عليها، علاوة علي ذلك فإن هذه الصحف نسخة مكررة من الصحف الورقية في شكلها وموضوعاتها^(٢).

غير أن الباحث يري أن الصحف الإلكترونية علي الإنترنت ليس لها علاقة بالصحف الورقية من ناحية الشكل، فهي وسيلة مستقلة بذاتها لها شكلها الخاص الذي تتميز به طبقًا لإمكاناتها، فالإنترنت هي المتحكم الأساسي في إخراج الصحف الإلكترونية، فمصمم موقع الصحيفة يمكن أن يغير شكلها وهي في متناول المستخدم عبر الإنترنت علي عكس الصحف الورقية التي تنتهي علاقة خرجها بها بمجرد خروجها من مطبعة الجريدة.

كما أن العلاقة بين القارئ ومتيج المادة الإعلامية طرأ عليها بعض التغير، وقد خرجت مجموعة من النظريات لتصف تلك العلاقة منها: النظرية التفاعلية (Interactivity Theory) ونظرية النص الفائق (Hypertext Theory)، ونموذج دورة تفاعل الوسائط الفائقة (Hypermedia Interaction Cycle Model).

(*) Brown, C. (1999) Vanity and panic, American Journalism Review AJR NewsLink retrieved, 23/7/2001 Available online (URL): <http://ajr-newslink.org/special/12-2.html>

(١) Erick Meyer (2000) An Unexpectedly Wider Web for the world's Newspapers. American Journalism Review- AJR NewsLink, retrieved, 31/6/2001 Available online (URL): <http://ajr-newslink.org/special/12-2.html>

(٢) Ibid, Available online (URL): <http://ajr-newslink.org/special/12-2.html>

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة كل من أرك وبريبو (Eric S.& Prabhu) ^(*) ، بالإضافة إلي ذلك ؛ فقد استعان بعض الباحثين بالنظريات النفسية البيولوجية (Bio-Psychobiological) لتصنيف العلاقة بين الإنترنت ومستخدميها من حيث : علمي واستدعاء المعلومات (Recognition Recall) وهذه النظريات هي : نظرية التشفير الثنائي (Dual Encoding Theory) ⁽⁺⁾ والنظرية البيولوجية الإعلامية (Bio-Informational Theory) ^(*) .

فمن هذا المنطلق يري الباحث أن الصحف الإلكترونية علي الإنترنت ينطبق عليها إخراج صفحات الويب ؛ فأخراج الصحف الإلكترونية طبقاً لهذا التصور يتمركز حول ثلاثة محاور أساسية : التطور التكنولوجي ، والعناصر البنائية ، والتصميم .

أولاً - التطور التكنولوجي:

يتحكم التطور التكنولوجي في مجال الإنترنت بشقيه المادي - عتاد الكمبيوتر - (Hardware) ، والذهني - البرمجي - (Software) في العناصر البنائية ؛ فالشق الذهني يضيف إلي العناصر البنائية عناصر جديدة باستمرار سواء أكانت عناصر أساسية أم مساعدة أم تفاعلية ، والشق المادي (عتاد الكمبيوتر) يطور أداء هذه العناصر باستخدام الذاكرات (Memories) فائقة الاتساع ، أو المعالجات (processors) فائقة السرعة ، أو أقراص التخزين الصلبة (Hard Disks) واسعة التخزين ^(*) .

(*) Eric s. Fredin & Pradu David (1998): Browsing and The Hypermedia Interaction Cycle: A model of Self-Efficacy & Goal Dynamics (Journalism and Mass Communication Quarterly Vol. 74 No1.p35-54

(+) Clark, J. M. & Paivio, A. (1991) Dual Coding Theory and Education, Educational Psychology Review, 3(3), 149-170.

(*) Detenber, R., & Reeves, B. (1996) A bio-informational theory of emotion: Motion and image size effects on viewers. Journal of Communication, 46(3), 66-84.

(*) أخرج الباحث الدراسات المتعلقة بالشق التكنولوجي من الدراسة ؛ لأن ملاحظة تطور الشق المادي والبرمجي تمثل إيقاف الزمن ذاته ، والإصرار علي الاستمرار في تتبع الآثار التكنولوجية وما يواكبها من تطور يشبه الذي يطلب الوصول إلي سرعة الضوء بسرعه الحالية . كما أن دراسة فترة زمنية محددة ومحاولة إيقاف جميع مراحل المجلة التكنولوجية عندها يجعل من هذه الدراسة دراسة مستقلة بذاتها في =

ثانياً:- العناصر البنائية:

قسم الباحث العناصر البنائية التي تعتمد عليها الإنترنت بصفة عامة، والصحف الإلكترونية بصفة خاصة إلى ثلاثة عناصر هي:

(١) العناصر البنائية التقليدية:

هي العناصر التي تستخدمها الصحف الإلكترونية في تقديم مواردها إلي المستخدم، وتتميز هذه العناصر بأنها عناصر نقل للمعلومات وهي:

- العناصر البنائية التقليدية (النصوص، والصور الثابتة)، وهذه العناصر موروث من النشر التقليدي.
- الوسائط المتعددة (Multimedia) وتشتمل علي: (الصوت Audio، ولقطات الفيديو Video، والرسوم المتحركة Animations)، وقد دعمت هذه الوسائط المتعددة من مكانة الوسائط التقليدية مضيقة لها إمكانية التعايش مع الحدث من خلال الصوت والصورة، ومن خلال التهجين بين تكنولوجيا الاتصال التقليدية وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ولد ما يعرف بالنقل المباشر والفوري للأحداث.
- الوسائط الفائقة (Hypermedia): وتسمى بالنص الفائق (Hypertext)، وقد أضاف النص الفائق للإخراج الإلكتروني اللامحدودية في المساحة من زاوية، واللامحدودية في مسارات المستخدم من زاوية أخرى؛ وأضافت الوسائط الفائقة للصحيفة مساحات لانتهائية يمكن أن تملأها بالمضمون، وفي ذات الوقت قدمت للقارئ مسارات لانتهائية يمكن أن يسلكها أثناء تعرضه للمضمون الإعلامي.

(٢) العناصر البنائية المعاصرة:

تستخدمها الصحف الإلكترونية لتدعيم العناصر السابقة، فهي لا تحتوي علي معلومات في حد ذاتها، وهذه العناصر هي:

" هذا المجال، وبعدها عن استكمال الهدف الأساسي وهو محاولة الوصول إلي محددات الإخراج الإلكتروني من زاوية، ومن زاوية أخرى فإن طرق هذا الباب بدون الوصول إلي نتائج فعلية يعد نوعاً من العبث العلمي الذي يبعد باحثاً آخر عن الوصول إلي نتائج أكثر عمقاً وأكثر تحديداً في هذه النقطة.

• الألوان:

• الحدود والفواصل:

فعلى الرغم من وجود هذين العنصرين في الصحافة الورقية إلا أن البيئة الإلكترونية شذبتهما بما يتوافق معها؛ فقد قدمت هذه البيئة للمصمم ملايين الألوان التي يمكن له أن يوظفها ويطوعها لخدمة الرسالة الإعلامية، وقدمت له أشكالاً متعددة من الفواصل والحدود التي تنظم المضمون الإعلامي، بالإضافة إلى الفواصل التقليدية، واللذان يستخدمان جنباً إلى جنب للتأكيد على المضمون من زاوية، وفصله عن المضمون المجاور من زاوية أخرى.

(٢) العناصر البنائية التفاعلية:

تتميز هذه العناصر بتفاعلية المستخدم معها؛ فقد نجحت في إقامة ثلاثة أشكال من الاتصال التفاعلي هي:

أولاً: التفاعل البشري: والذي يتم من خلاله التفاعل بين المستخدمين بعضهم البعض، وبين المستخدمين والعاملين في الصحيفة، وبين العاملين في الصحيفة بعضهم البعض؛ وتتم هذه العلاقة التفاعلية من خلال استخدام البريد الإلكتروني، والمستندات، وحجر الثروة واستفتاءات الرأي العام، والتي تتميز بأنها عناصر تواصلية في الإنترنت.

ثانياً: التفاعل مع الآلة: يقصد بالتفاعل مع الآلة (الكمبيوتر) الحصول على المعلومات من خلال مدخلات المستخدم إلى نظام قاعدة البيانات، والتي يترتب عليها حدوث مخرجات تناسب وطبيعة المدخلات، فمثلاً، إذا أراد المستخدم الحصول على معلومات من موقع الصحيفة عن لقاء الأهلي والزمالك، فإنه يدخل في صندوق البحث أحد الكلمات المفتاحية مثل: الأهلي أو الزمالك (مدخلات)، ينتج عن دخول هذه الكلمة نتائج بحث (مخرجات) محتوية على العديد من البدائل يختار منها المستخدم ما يريد، ومن الأدوات التفاعلية التي تساعد المستخدم في الحصول على المعلومات محركات البحث، وخريطة الموقع، والأرشيف.

ثالثاً: التفاعل مع الرسالة: يقصد بتفاعلية المستخدم مع الرسالة سيطرته على المضمون المقدم له من خلال اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية.

إخراج الصحف الإلكترونية ملقمة الدراسة

يبدو أن الأشكال التفاعلية الثلاثة السابقة لا تعدو عن كونها أشكالاً رئيسية تنضج منها مجموعة من العلاقات التفاعلية؛ فهناك تفاعل المرحلة الأولى - تتم هذه المرحلة قبل تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل - والتي تشمل علي تفاعل المستخدم مع المستخدم، وتفاعل المستخدم مع منتج المادة الاتصالية، وتفاعل المستخدم مع الرسالة، وتفاعل المستخدم مع الوسيلة، وهناك تفاعل المرحلة الثانية وفي هذه المرحلة يصبح المستقبل مرسلًا ينجم عن هذا التحول تغيير محتوى الرسالة، وتتلو المرحلة الثانية العديد من المراحل فربما يدخل في الاتصال التفاعلي مجموعة أخرى من المستخدمين لتناقش نفس الموضوع، وربما تتسحب المجموعة الأولى لتحل محلها مجموعة جديدة وهكذا في شكل دائري، وإن كان سهل تحديد بدايته فإنه يصعب تحديد نهايته.

ثالثاً: التصميم:

يقصد الباحث بالتصميم وضع العناصر البنائية بصورة متناغمة بحيث يدعم كل عنصر بنائي العنصر الآخر مع مراعاة أن لكل عنصر بنائي وظيفة يؤديها داخل البناء الكلي للصحيفة؛ وذلك من خلال استخدام أسس التصميم المتعارف عليها وهي: الوحدة، والتباين، والتوازن، والحركة؛ إذ يقوم التصميم بوضع كل عنصر بنائي في مكانه المناسب طبقاً للنظريات السيكلوجية والفسيولوجية للإبصار المرئي.

وبناءً على ما سبق يمكن تعريف إخراج الصحف الإلكترونية بأنه: الطريقة التي تقدم بها الصحيفة الإلكترونية إلي المستخدم عبر ثلاث عمليات أساسية هي الأدوات التكنولوجية، والعناصر البنائية، والتصميم؛ لإرضاء القارئ وإشباع احتياجاته واهتماماته.

أولاً: الإطار النظري: يحتوي الإطار النظري للدراسة علي: الدراسات السابقة، ومشكلة الدراسة، ومداخل الدراسة، وأهداف الدراسة، وتساؤلات الدراسة؛ علي النحو التالي:

(١) الدراسات السابقة

تنقسم الدراسات السابقة التي تعرض لها الدراسة إلى شقين : الأول : خاص بالدراسات النظرية من زاوية والدراسات التطبيقية من زاوية أخرى ، اللتان تهتمان بالإنترنت بوصفها وسيلة اتصال ، أما الشق الثاني : فيعرض للدراسات التي تتناول الإخراج الإلكتروني ، وهما كما يلي :

ص (١) الدراسات النظرية والتطبيقية:

تعددت الدراسات النظرية التي تناولت الإنترنت كوسيلة اتصال ، فقد تناولت هذه الدراسات مستقبل الإنترنت ، ومستقبل الصحافة الورقية في ظل وجود الصحافة الإلكترونية ، ثم ما لبثت أن تطرقت إلى مستقبل الصحافة الإلكترونية ذاتها ، ثم انتقلت هذه الدراسات إلى مصداقية الإنترنت كوسيلة اتصال مقابل الوسائل الإعلامية التقليدية ، ومن هذه الدراسات :

دراسة مورس وأوجن (١٩٩٦) الإنترنت بوصفها وسيلة جماهيرية

تناولت هذه الدراسة وسيلة الإنترنت من الناحية النظرية ؛ مصنفة ستخدم الإنترنت إلى أربع فئات وفقاً لزمانيته التعامل مع الإنترنت ، ثم تطرقت إلى اتصال الكمبيوتر الوسيط مشرحة إياه إلى خمس فئات هي :

الفئة الأولى : الكتلة الحرجة (Critical Mass) ، والمقصود بها تواجد أجهزة اتصال بالإنترنت تتراوح بين ١٠ و ٢٠ ٪ بالنسبة للسكان .

الفئة الثانية : التفاعلية ، تبنت فيه الدراسة مفهوم رفايل (Rafaeli:1997) للتفاعلية ذا المستويات الثلاثة : الاتصال اللا تفاعلي (Noninteractive) ، والاتصال

(*) ووعي في عرض الدراسات السابقة الترتيب الزمني التصاعدي من القديم إلى الحديث ؛ لأن عملية البحث العلمي عملية تراكمية بُني على اللبائن السابقة ، ومن ثم فإن الدراسات الحديثة تتلو الدراسات القديمة ؛ لأنها بُني على نتائجها من زاوية ، وتستمد منها قوتها وقواتين حركتها من زاوية أخرى . فضلاً عن الترتيب الزمني هناك أيضاً الترتيب الموضوعي الذي يتضمن بداخله الترتيب الزمني ؛ وذلك حتى يبنى عرض للدراسات في ترابط منطقي من ناحية ، وتحديد علاقات الاتصال فيما بينها من ناحية أخرى .

(*) Merrill Morris & Christine Ogan . (1996) The Internet as Mass Medium, Journal of Communication, vol46 (1) p39-50.

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
الرجعي أو شبه التفاعلي (Reactive or Quasi-Interactive)، والاتصال التفاعلي (Interactive).

الفئة الثالثة: الاستخدامات والإشاعات، تفترض هذه النظرية مقدماً أن الجمهور نشط وهو ما حققته الإنترنت.

الفئة الرابعة: نظرية التواجد الاجتماعي وقوة الوسيلة، حيث خفضت الإنترنت من ظاهرة التواجد الاجتماعي المحقق من خلال اللقاء المباشر (Face to Face)، وقللت من سوء الفهم بين المرسل والمستقبل، وحسنت من فاعلية الرسالة.

الفئة الخامسة: مداخل الشبكة (Network Approaches): لقد جاء مفهوم التشبيك ليزيل مفهوم المرسل والمستقبل ويضع بدلاً منهما مفاهيم مثل: المستقبل والمتلقي والتفاعلية والتبادلية (Interchangeability).

دراسة ترمين (1997) الإنترنت: هل الوسيلة هي الرسالة؟*

انطلقت هذه الدراسة من فرضية مؤداها * أن ملامح الوسيلة يمكن أن تغير طبيعة الرسالة^(*) * وفي سبيل تحقيق هذه الفرضية اختارت خمسة عشر موقعا إخبارياً: خمس صحف، وخمس محطات تليفزيونية، ومحطتين إذاعيتين، ومجلتين، ومحطة خدمة سلكية؛ لدراسة الطريقة غير الخطية^(O) (Nonlinearity) التي تقدم بها الأخبار على الإنترنت.

وقد خلصت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية تتبنى مداخل مختلفة في تقديمها للأخبار؛ فالصحف تقدم أخبارها بمعدل تسعة أخبار في صفحة بدتها، في حين تقدم محطات التليفزيون أخبارها بمعدل أربعة أخبار، ولكن التليفزيون يمرر عدم الخطية اهتمام أكبر بمعدل ست روابط للأخبار، بينما الصحف تقدم رابطتين فقط.

(*) Mark W. Tremayne (14 Sep 1997) The Internet: Is the medium the message?

Department of Journalism University of Texas at Austin, Available online (URL): <http://lgl.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9709B&L=ajms&P=R15151>

(*) أقيمت هذه الدراسة عنوانها من مقولة مارشال ماكلوهرن * الرسالة هي الوسيلة * التي أطلقها في كتابه:

McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The extensions of man. New York: McGraw-Hill.

(O) الطريقة غير الخطية: هي الطريقة التي تمكن المستخدم من الذهاب في اتجاهات متنوعة من النص حسب اهتماماته واحتياجاته، وهي عكس الطريقة التقليدية للكتابة المعروفة بالطريقة السردية، والتي تقدم مساراً محدداً للقراءة الخبر أو القصة الإخبارية: بداية وسط نهاية.

دراسة مونيك (١٩٩٨) عصر الإنترنت: فرصة أم تهديد للصحافة الورقية؟^(*)

تناولت هذه الدراسة النقدية إيجابيات وسلبيات الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، ثم تطرقت إلى انحسار قراءة الصحف الورقية معتمدة على تقرير الاتحاد العالمي للصحف الذي أكد على فقدان الصحف الأوروبية للمليون ومائتي ألف قارئ في عام ١٩٩٦.

ثم انتقلت الدراسة إلى محاور التمويل؛ حيث رأت أن الصحافة الإلكترونية اجتذبت من الصحافة الورقية مصدري التمويل وهما: (القارئ والمعلن).

وقد عرّفت الدراسة أحد أسباب تواجد الصحافة الإلكترونية على الإنترنت إلى رغبتها في استعادة أحد مصدري التمويل أو كلاهما؛ وذلك بفرض اشتراكات نظير إطلاع القارئ على محتويات الصحيفة أو أرشيفها، أو محاولة إغواء المعلنين للإعلان عن منتجاتهم وخدماتهم في الصحيفة.

دراسة روجر فيدلر (١٩٩٨) إعادة تعريف الصحافة الورقية في العصر الإلكتروني^(†)

دارت هذه المقالة النقدية حول تساؤلين - أصبحا إشكالية يصعب الحكم فيها بإيجابية شافية وقاطعة - هما: هل الصحافة الإلكترونية قضت على الصحافة الورقية؟ وهل انتهى دور الورق كوسيط للتخزين؟.

ويسري الباحث ردًا على السؤال الأول؛ أن الصحافة الورقية عبرت خمسمائة عام ولم تزال مستمرة، والذي حدث فيها هو تطور في الشكل من جراء استخدام الطابعات والألات الحديثة، ووجود البيئة الرقمية هو تحول وليس نهاية لكل من الصحف والمجلات والكتب.

ويؤكد ردًا على السؤال الثاني أن وسيط التخزين الورقي مازال موجودًا، ويستند إلى استمرارية استخدام الصور الزيتية رغم التقدم في فنون التصوير.

(*) Monique Van Dusseldrop (Fall: 1998) The Internet Age: threat or opportunity for European Printed Press, (2002) retrieved, 1/7/2003 Available online (URL): <http://www.futureprint.kent.edu/acrobat/vandusseldrop01.pdf>

(†) Roger Fidler (Summer 1998) Life After 2001: Redefining Print Media in the Cyber Age, retrieved, 15/8/2003 available online (URL): <http://www.futureprint.kent.edu/acrobat/fidler01.pdf>

دراسة نيجر وتونكر ولف (١٩٩٨) مستقبل الصحافة الإلكترونية^(*)

تناولت هذه الدراسة مستقبل الصحافة الإلكترونية علي الإنترنت من خلال جمع البيانات من المحررين والناشرين والمستخدمين، علاوة علي تحليل مضمون بعض الصحف الألمانية؛ فقد تم إرسال استبيان عن طريق البريد إلي ٨١ صحيفة يومية ألمانية كان العائد منها ٧٨٪، وتم وضع استبيان للمستخدمين علي الإنترنت في ٢٧ صحيفة، علاوة علي خمسة مواقع شخصية استجاب منهم ٢٥٢٤، كما قامت الدراسة بتحليل مضمون بعض الصحف الإلكترونية علي الإنترنت، وأجرت في نفس الوقت مقابلات شفوية مع رؤساء تحرير الصحف والناشرين، وقد خلصت الدراسة إلي مجموعة من النتائج منها:

- إن هيئة تحرير الصحف الإلكترونية من صغار السن، علاوة علي ذلك فإنها مزيج من التقنيين والمحررين.
- تهدد السفقات المالية مستقبل الصحافة الورقية؛ فالملعون يشكون في فعالية الإعلانات، والمستخدمون غير راغبين في دفع اشتراكات نظير استخدامهم للصحف.
- الإقبال علي قراءة الصحف الإلكترونية كشف عن زيادة نسبة قراء الصحف الورقية؛ فهناك ٥٦٪ يقرءونها بصورة يومية مقابل ٢٩٪ لنظرتها الإلكترونية.
- إن نسبة كبيرة من الناشرين يتبنون النهج الحذر عند تواجدهم علي الإنترنت؛ فحوالي ٤٨٪ منهم يفصلون هيئة التحرير الإلكترونية عن الورقية.

دراسة جونسن وبربرة (١٩٩٨) مقارنة مصداقية الإنترنت بمصداقية الوسائل التقليدية^(†)

توصل كل من جونسن وبربرة في الدراسة التي أجريها علي ٣٠٨ مستخدم للإنترنت لمصرفة مصداقية المعلومات السياسية لديهم إلي أن الإنترنت تحظى بمصداقية عالية مقارنة بالوسائل التقليدية.

(*) Christoph Neuberger, Jan Tonnemacher, and André Duck (September: 1998) Online--The Future of Newspapers? Germany's Dailies on the World Wide Web, retrieved, 14/4/2000 available online (URL) www.ascuss.org/jcmc/vol4/issue1/neuberger.html

(†) J. Johnson Thomas & K. Kaye Barbara, (1998) "Cruising is Believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Messages," Journalism and Mass Communication quarterly, vol.75, (2) pp.325-337.

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**

دراسة فولفجن (٢٠٠٠) بمصداقية الوسيلة^(*)

توصلت هذه الدراسة إلي عكس ما توصلت إليه الدراسة السابقة؛ وذلك من خلال الدراسة التي أجريت علي ٥٤٠ مستخدم للإنترنت وغير مستخدم لها في ألمانيا؛ إذ توصلت الدراسة إلي أن الصحف تحظى بمصداقية عالية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى بما فيها التلفزيون والإنترنت، فقد كانت مصداقية الإنترنت لدي مستخدميها ٢٣٪ في مقابل ٧٧٪ للصحافة، أما غير المستخدمين للإنترنت فكانت مصداقية الصحف لديهم ٩٢٪ في مقابل ٨٪ للإنترنت، وكانت مصداقية التلفزيون لدي مستخدمي الإنترنت ٧٢٪ في مقابل ٢٨٪ للإنترنت، أما غير المستخدمين فكانت مصداقية الإنترنت لديهم ٩٪ في مقابل ٩١٪ للتلفزيون؛ وأرجع فولفجنج ذلك إلي طبيعة حياة الصحف الألمانية.

دراسة بينغر ونابي (٢٠٠٢) توجه المصدر بين الشق البرمجي والاجتماعي^(٢)

لقد انقسمت هذه الدراسة إلي مرحلتين تبنت كل مرحلة منهما نموذجاً من نماذج الاتصال؛ فلقد تبنت المرحلة الأولى اعتبار الكمبيوتر هو الوسيلة (Computer As Medium: CAM) مثل سائر وسائل الاتصال التقليدية؛ فهو لا يمدو أكثر من وسيلة ويقوم المبرمج بدور المرسل، أما المرحلة الثانية فقد اعتبرت الكمبيوتر هو المصدر (Computer as Source: CAS)، وهو الذي يتعامل مع المستخدم.

ولحسم القضية بين النموذجين فقد رأت الدراسة الإجابة علي السؤال التالي: من يوجه الأفراد وهم يتعاملون مع الكمبيوتر؟ وعلي إثر هذا السؤال تم عمل دراستين تجريبيتين أسفرتا عن تدعيم النموذج الثاني ((CAS).

٢) الدراسات التي تتناول الإخراج الإلكتروني

يقصد بالدراسات التي تتناول الإخراج الإلكتروني تلك الدراسات التي تهتم في المقام الأول بمناصر العملية الإخراجية المتمثلة في البنية والتصميم، ونظراً لكثرة

(*) Wolfgang Schweiger (2000) Media Creditability – Experience or Image? European journal of communication vol.15 no.1 p37-59.

(٢) S Shyam Sundar & Clifford Nass (December: 2002) Source Orientation in Human-Computer Interaction Programmer, Networker, or Independent Social Actor? Communication Research Vol.27, NO. 6, pp-683-703.

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
وتشعب هذه الدراسات إلى دراسات تهتم بوحداث بنائية صغيرة ، فقد تم مزج التقديم الموضوعي متلازماً مع التقديم الزمني لهذه الدراسات وهي^(*) :

❖ دراسات العناصر البنائية وثقافتها .

تشتمل العناصر البنائية - كما سبق القول - علي العناصر البنائية الأساسية والمساعدة والتفاعلية ، ولكل نوع من هذه العناصر الثلاثة أنواع متفرعة عنه تسهم جميعها في إخراج الصحيفة بالشكل الذي يراه المستخدم ، ونعرض فيما يلي للدراسات التي تناولت هذه العناصر :

❖ العناصر البنائية الأساسية .

تشتمل هذه العناصر علي الدراسات التي تتناول النصوص والصور ، وهما المعروفتان بالعناصر التقليدية ، علاوة علي الوسائط الفائقة والوسائط المتعددة ، وهذه الدراسات هي :

دراسة وثقا وروارك (1994) الاستجابات الإدراكية والتأثيرية للصور الجرافيكية^(*)

تناولت هذه الدراسة أهمية الصور من الناحيتين الإدراكية والنفسية ؛ فقد نظرت إلي الصورة علي أنها أول شيء ينظر إليه القارئ عند مطالعته للصحيفة ؛ فهي بمثابة بوابة دخول لموضوعات الصحيفة ، كما أن الصور تغري القارئ لاستكمال القصص الإخبارية ، كما أنها تريح القارئ من خلال كسر رماية النص .

وبناء علي ذلك سمت هذه الدراسة إلي استكشاف أهمية الصور من خلال بعدي استدعاء وتشيل المعلومات مركزة علي سؤلين كبيرين ؛ الأول : هل الصور تحسن مقدرة القارئ علي استدعاء المعلومات ؟ ، والثاني : هل الصور تؤثر علي تيق القارئ لأحداث المستقبل ؟ ، وللإجابة علي هذين السؤالين تم تعريض مجموعة من الباحثين عدهم مائتين وأربعة طلاب جامعين لصور عن أحداث حرب الخليج الأولى موجودة في عشرين صحيفة .

(*) Wayne Wanta and Virginia Roark (26 Aug 1994) Cognitive and Affective Responses to Newspaper Photographs, Presented to the Visual Communication Division at the Association for Education in Journalism and Mass Communication annual conference, Kansas City, August 1993, retrieved, 17/8/1999 available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9408D&L=&cmc&P=R880513&D=9>

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
وقد أسفرت الدراسة عن أن القراء لديهم ذاكرة محدودة لتخزين الأحداث تزيد عندما تكون الصور الجرافيكية وثيقة الصلة بالأحداث، وتقل عندما تكون هذه الصور هامشية بالنسبة لأحداث القصص الإخبارية، أما ما يخص إجابة السؤال الثاني فلم تدعمه الدراسة؛ لوجود متغيرات وسيطة يصعب التحكم فيها، ولصعوبة ضبط هذا المتغير من الناحية المنهجية.

دراسة تومس وجينفر وهاري (1995) إنقرائية الخطوط في بيئة النوافذ^(*)

تناولت هذه الدراسة إنقرائية اثني عشر خطأ من الخطوط الموجودة في بيئة النوافذ بدءاً من بنط ٦ وصولاً إلى بنط ٩,٧، وذلك بالتطبيق على خمسين مبحوث أعمارهم تقع بين ٢٧ و٤٥ عاماً.

اهتمت الدراسة بتحليل ثلاث متغيرات هي: وقت القراءة، والدقة، وتفضيل الخط، وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- كشف تحليل وقت القراءة أن كبر حجم الخط أفضل في القراءة من الخط صغير الحجم؛ فخط Ms Serif 9.75 أفضل من خط Ms Serif 6.75.
- كشف تحليل الدقة أن الخطوط الأكبر أفضل في القراءة من الخطوط الأصغر.
- كشف تحليل تفضيل الخط أن هناك علاقة بين نوع الخط ودرجة تفضيله من قبل المبحوثين.

دراسة سندر (1997) تأثير الرسوم المتحركة على الإعلانات الموجودة على الشبكة^(†)

فحصت هذه الدراسة تأثير الرسوم المتحركة مقابل الأشكال الثابتة على عملية تذكر الإعلانات، فأخضعت هذه الدراسة واحداً وأربعين طالباً جامعياً لأسلوب التمرس القلبي، وعرضتهم للإعلانات الموجودة على الصحيفة الإلكترونية للوشتون بوست، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

(*) Thomas S. Tollis, Jennifer L. Boynton, & Harry Hersh (1995) Readability of Fonts in the Windows Environment, retrieved 13/7/1999 available on line (URL) <http://www.ecm.org/siechi/chi95/Electronic/documents/top.html>

(†) S. Shyam Sundar, George Otto, Lisa Pisciotto, Karen Schlag, (1997) Animation and Priming Effects in Online Advertising retrieved 12/5/2003 on line <http://list.msu.edu/cgi-bin/wg?A2=ind9710B&L=aei&P=R28772>

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة

- استخدام الرسوم المتحركة يجعل المشاهد متابعاً لحركة الإعلانات.
- الرسوم المتحركة تساعد علي جذب الانتباه إلي الإعلانات.
- الرسوم المتحركة تساعد علي تذكر الإعلانات التي تحتوي علي رسوم وثيقة الصلة بالموضوع.

دراسة جون جوينج (1998) تأثيرات النص الفائق علي تذكر الجنسين^(*)

اهتمت هذه الدراسة بتأثير الأشكال النصية علي القراء من خلال التركيز علي عاوري ثلاثة: الأول: دراسة تأثير وظائف النصوص المختلفة في الكمبيوتر ومدى تأثيرها علي عملية استرجاع المعلومات، الثاني: دراسة تأثير الجنس في عملية التذكر أو استدعاء المعلومات من خلال دراسة النص الفائق في مقابل الأشكال التقليدية، الثالث: دراسة المواقف الناجمة عن هذه الأشكال.

وقد خلصت الدراسة إلي عدم وجود فروق إحصائية دالة بين تذكر الإناث والذكور بالنسبة للنص الفائق، ولكن النص الفائق يسهم في تذكر الأفراد للمعلومات أكثر من النص التقليدي لأنه انتقائي في قراءته.

دراسة هيسكة وآخرون (1999) بعنوان النص الفائق مقابل الغرم المطلوب^(†)

انصب تركيز هذه الدراسة علي مستقبل الصحافة التقليدية في ظل البيئة الرقمية (Digital environment) التي تعيشها وسائل الاتصال عن طريق التركيز علي التحديات التي فرضها النص الفائق علي الأشكال السردية (Narrative) من خلال دراسة تأثير المقالات الصحفية في جريدة لوس أنجلوس تايمز (Los Angeles Times) في نسختها الورقية والإلكترونية؛ لمعرفة اتجاهات الجمهور حول الشكل السردى والنص الفائق، كما درست العلاقة بين النص والمؤلف والقارئ؛ وتوصلت هذه الدراسة إلي ما يلي:

(*) Moon Jeong Lee (1998) The Effects Of Hypertext On Readers' Recall Based On Gender, publishing date: Tue, 1 Dec 1998, retrieved, 15/7/2001 available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9812A&L=ascim&P=R3781>

(†) Robert Huesca, et al. (29 Sep 1999) Inverted Pyramids Versus Hypertexts: A Qualitative Study of Readers' Responses to Competing Narrative Forms, retrieved, 15/7/2001 available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9909E&L=ascim&P=R9946>

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**

- ١- لين النص الفائق يمد القارئ بمعلومات أكثر من خلال ربطه بالموضوعات التي يريدها علي عكس النص السردى .
- ٢- إن النص الفائق يسهل عملية البحث أمام القارئ عن الشكل السردى .
- ٣- إن النص الفائق يضع القارئ في المرتبة الأولى في حين يضع المؤلف في المرتبة الثانية من حيث عملية التحكم في النص .

دراسة جين ماسون (٢٠٠٠) من جوتنبرج إلى الفضاء الإلكتروني : تحول قوة النص الفائق^(*)

تناولت هذه الدراسة كيفية إدراك الكتاب لتأثيرات النص الفائق علي أعمالهم ، وقد تضمنت العينة ثلاث مجموعات من الكتاب هم : الأكاديميون ، والمبدعون ، ورجال الأعمال ، وقد استخدم الباحث المقابلة المتزامنة عبر الإنترنت لجميع البيانات من الكتاب ، واستخدم أيضا البريد الإلكتروني . وقد اعتمدت هذه الدراسة في جمع وتحليل بياناتها علي النهج الفينومينولوجي^(*) (phenomenological) لمشاعر ورغبات الكتاب ، وذلك في محاولة للإفادة من تجاربهم وخبراتهم في فهم نظرية الكتابة ونظرية النص الفائق من زاوية ، ولتوجيه هذه الخبرات والتجارب لتحليلها من قبل دراسات ومشروعات بحثية مستقبلية من زاوية أخرى .

دراسة برجر (٢٠٠١) العلاقة بين كل من راحة النص الفائق ورضا المستخدم ومصداقيته^(†)

جاءت هذه الدراسة نتيجة لمجموعة من الأبحاث التي توصلت إلي أن المستخدمين يركزون علي النص أكثر من الرسوم الجرافيكية ، وبناء علي هذه النتيجة ركزت هذه الدراسة علي تأثير النص الفائق علي تقديم الخيار بالشكل النصي بشقيه الخطي وغير الخطي ، كما سعت الدراسة إلي استكشاف علاقة النص الفائق بكل من رضا المستخدم ومصداقيته للنص المقدم له .

(*) Jean S. Mason (2000) From Gutenberg's Galaxy to Cyberspace: The Transforming Power of Electronic Hypertext" Doctoral Dissertation at McGill University, Montréal, Canada. retrieved, 19/8/2003 Available online (URL) http://www.masondissertation.elephanthost.com/site_map.htm

(†) Stephanie Berger (6 Sep 2001) Breaking Up News--An Investment in the Future? Correlations among hypertext comfort, user satisfaction and perceived credibility, AEJMC Conference, retrieved, 19/8/2003 available online <https://stephanis.berger.net/thesis/master.pdf>

إخراج الصفح الإلكترونية **مقدمة الدراسة**

ولتحقيق هذا الهدف طبق برجر استبياناً علي ١٣٥ طالباً من طلاب قسم الصحافة بكاليفورنيا وذلك بعد تعرضهم لمجموعة من النصوص الفائقة ذات الشكل الخطي وغير الخطي، ثم طلب منهم عقب تعرضهم لهذه النصوص كتابة ما تذكره عنها ومدى رضائهم عن تلك النصوص، وقد خلصت الدراسة إلي ما يلي:

- هناك علاقة دالة بين النص الفائق وراحة المستخدم.
- هناك علاقة دالة بين النص الفائق ورضاء المستخدم.
- فضلت عينة الدراسة النص الخطي عن النص السرد.

دراسة ماركة (٢٠١) استخدام الوسائط الفائقة في المواقع الإخبارية علي الشبكة.

استخدمت هذه الدراسة أسلوب التحليل: الكمي والكيفي للكشف عن استخدام المواقع الإخبارية للوسائط الفائقة، وفي سبيل تحقيق ذلك اختارت الدراسة عشرة مواقع إخبارية: خمس صحف، وخمس إذاعات، وامتدت فترة الدراسة لمدة ثلاث سنوات من ١٩٩٧ إلي ١٩٩٩، وتم اختيار شهر مارس لتطبيق الدراسة، وأخفضت الدراسة ٤٢٣ قصة إخبارية للتحليل عام ١٩٩٧، بينما وصلت عام ١٩٩٨ إلي ٣٦٧، في حين وصلت إلي ٣٦٢ عام ١٩٩٩ وخلصت الدراسة إلي ما يلي:

- ١- تزايدت المواقع الإخبارية في استخدام الروابط؛ فقد كانت الأشكال الإخبارية التي لا تحتوي علي روابط ٥٠٪ في عام ١٩٩٧، وصلت إلي ٧٠٪ عام ١٩٩٩.
- ٢- يتمكن القارئ في بيئة النص الفائق من الهروب الكامل من سيطرة المؤلف في اختياره لمادة الوسائط الفائقة التي يريد قراءتها.
- ٣- يمكن للقارئ أن يختار الوسائط الفائقة التي تربطه بالمواقع الخارجية والتي بلغت نسبتها ٢٢٪ في هذه الدراسة.

دراسة ميشال ونشاي (٢٠٢) تأثير نوع الخط وحجمه علي مقروئية النص

هدفت هذه الدراسة إلي معرفة تأثير نوع الخط وحجمه علي ثلاثة متغيرات هي: مقروئية النص، وسرعة قراءته، وتفضيله، ولتحقيق هذا الهدف أجريت الدراسة

(*) Tremayne Mark (7 Jan 2001) The Hypermedia News Story, retrieved, 14/1/2003 available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind0102A&L=mcimc&P=R38398>

(†) Michael Bernard, Chia Hui Liao & Melissa Mills (2002) "The Effects of Font Type and Size on the Legibility And Reading Time of Online Text by Older Adults" Software Usability Research Laboratory, Department of Psychology, retrieved, 7/9/2003 <http://psychology.wichita.edu/hsl/projects/elderly.pdf>

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
 التجريبية علي ٢٧ مستخدم تتراوح أعمارهم بين ٦٢ و ٨٣ عاما، وتم تمريضهم إلي أربعة خطوط: اثنان منهما ذوي زوائد هما : (Georgia) و (Times New Roman)، واثنان بدون زوائد هما : (Arial) و (Verdana)، وروعي في هذه الخطوط أن تكون من حجم ١٢ و ١٤ نقطة، وقد توصلت الدراسة إلي ما يلي:
 إن الخط الكبير مهم بالنسبة للقراء كبار السن، فقد جاء حجم الخط ١٤ في المرتبة الأولى بالنسبة للمقروئية، وسرعة القراءة، وقد فُضِّل من قِبَل القراء عن الحجم ١٢ وكانت أفضلية الخطوط بالترتيب كالتالي :

- خط أرييل Arial حجم ١٤ نقطة
- خط فردينا Verdana حجم ١٤ نقطة
- خط جورجيا Georgia حجم ١٤ نقطة
- خط تايمز نيوروم Times NR حجم ١٤ نقطة
- خط فردينا Verdana حجم ١٢ نقطة
- خط أرييل Arial حجم ١٢ نقطة
- خط جورجيا Georgia حجم ١٢ نقطة
- خط تايمز نيوروم (Times NR) حجم ١٢ نقطة

❖ العناصر البغائية المعتمدة:

تشتمل العناصر البغائية المساعدة علي الألوان والقواصل والمحددات، فقد رُحِت دراسات الإنترنت بالنوع الأول - الألوان - من ناحية تأثيراتها النفسية والبيولوجية علي المستخدم، أما القواصل والمحددات فلم تنطرق لها الدراسات الإعلامية بصورة مستقلة واكتفت بظمرها في بعض ثنايا الدراسات التي تتناول الإخراج والتصميم بصفة عامة والصور بصفة خاصة، ومن الدراسات التي تناولت الألوان ما يلي :

قراءة مقالة (١٩٩٦) الألوان في الصحف»

قد اتخذت هذه الدراسة من المدخل البيولوجي نقطة انطلاق لها؛ حيث رأت أن الألوان تولد استجابات عاطفية، ويمكن استخدامها لخلق الوحدة بين العناصر المرتبة

(*) Stark Pegie Adam (1996) "Color in Newspapers: Four Case Studies", The Poynter Institute for Media Studies, retrieved, 4/2/2000 available online (URL) <http://www.poynter.org/Visual/pegiecolor/pegie.html>

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
علمي الصفحة؛ فأعين الأشخاص تقوم بعمل علاقات بين الموضوعات والعناصر
المرئية؛ فم عند استخدام لون موحد في الصور والعناوين تقوم العين بتجميع هذا اللون
لعمل وحدة لتمييزه.

❖ دراسات خاصة بالعناصر البناية التفاعلية:

يقصد بالعناصر البناية التفاعلية: العناصر التي تسمح للمستخدم بالتفاعل سواء
مع الموقع أو القائم بالاتصال أو المستخدمين الآخرين للموقع، وعلي الرغم من ميلاد
التفاعلية مع الإنترنت إلا أن الدراسات التي تناولتها أخذت نقطة انطلاقها من رجوع
الصدى، ونعرض فيما يلي لمجموعة من الدراسات التي تناولت التفاعلية:

دراسة رابطة وروجر (1999) دور المنتديات الإلكترونية في شبكة الإنترنت (*)

سمح تطور شبكة المعلومات العالمية لناشري الصحف أن ينتقلوا من النموذج
التقليدي في تقديم المعلومات إلى النموذج التفاعلي، وذلك بإشراك المستخدمين في
صنع المضمون ومناقشته، ولقياس تفاعلية المستخدمين في المنتديات صممت هذه
الدراسة لمعرفة سلوك المستخدمين ودوافع اشتراكهم في إجراء المنتديات، وفي سبيل
قياس تفاعلهم مع المنتديات تم إرسال استبيان إلى 1960 مستخدم من مستخدمي
صحيفة الجاردين استجاب منهم 572 مبحوث بنسبة قدرها 30٪، وقد خلصت
الدراسة إلى جملة من النتائج ملخصها:

- إن المستخدمين الجدد للمنتديات لديهم آمال وتوقعات مختلفة عن الذين دخلوا
مناقشات إلكترونية عديدة.
- إن المستخدمين الجدد والقدامى لديهم تصور موحد حول حرية مناقشة
الموضوعات علمي الشبكة، بيد أن القدامى أقل تحوفا في إبداء آرائهم، في حين أن
المستخدمين الجدد لديهم رغبة أعلى في قراءة مساهمات المستخدمين الآخرين عن
إبداء آرائهم.

(*) Ann Light and Yvonne Rogers (June 1999) Conversation as Publishing: the Role of
News Forums on the Web, JCMC 4 (4) retrieved, 16/7/2001 available online (URL)
www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue4/light.html

حللت هذه الدراسة مائة صحيفة من صحف الإنترنت للمتصفح علي مدي تدعيمها للتفاعلية من خلال ثلاثة محاور رئيسية هي:

الأول: مدي تدعيم الصحف الربحية للتفاعلية مقابل الصحف غير الربحية.

الثاني: مدي تدعيم التفاعلية في الصحف، التي لها نسخ ورقية مقابل الصحف التي ليس لها نسخ ورقية.

الثالث: مدي تدعيم التفاعلية في الصحف الأمريكية مقابل صحف الدول الأخرى.

ولتحقيق ذلك تم سحب عينة الصحف من موقع رابطة الصحف الأمريكية، إذ اختارت هذه الدراسة ست صحف من الصحف الأمريكية، وست صحف من صحف ولاياتها، وتم اختيار ثمانية وثمانين صحيفة من صحف دول أخرى شريطة تدعيمها لعدد اللغات، وقد توصلت الدراسة إلي ما يلي:

- لم يتم تدعيم الفرض القائل بتدعيم الصحف الربحية للتفاعلية أكثر من الصحف غير الربحية؛ فعازالت الصحف الربحية تبني النموذج التقليدي لانتقال المعلومات.
- تم تدعيم الفرض القائل بأن الصحف التي ليس لها نسخ ورقية تدعم التفاعلية أكثر من الصحف التي لها نسخ ورقية، بيد أن هذا التدعيم محكوم بصغر حجم عينة الصحف، فقد كانت نسبتها ٧٪ من إجمالي الصحف مقارنة بنسبة ٩٣٪ للصحف التي لها نسخ ورقية.
- تم تدعيم الفرض القائل بأن الصحف الأمريكية تدعم التفاعلية أكثر من الصحف الدولية الأخرى، ويرجع ذلك لاهتمام صحف الدول الأخرى باحتياجات قراءها من دول أمريكا اللاتينية وآسيا.

(*) Kenney Keith, Gorelik Alexander & Mwangi Sam (2000). "Interactive Feature Of Online Newspapers", First Monday, volume 5, number 1 (January), Available online (URL): <http://www.firstmonday.dk/issue5.1/kenney/index.html>

نجوى عبد السلام (٢٠٠١) التفاعلية في المواقع الإخبارية:

تناولت هذه الدراسة بالتحليل ٤٥ موقعاً إخبارياً عربياً ما بين مواقع لصحف مطبوعة ومواقع لمحطات إذاعية للتصرف على تقديمها للخدمات التفاعلية، وقد استغرقت هذه الدراسة فترة شهر ونصف، وقد استخدمت الدراسة مقياساً للتفاعلية به ستة أبعاد للتفاعلية هي: تعدد الخيارات، وتوفير البريد الإلكتروني، وإضافة الآراء، والتناغلية مع النص، وسرعة تحديث الموقع، وآلية البحث، وقد خلصت الدراسة إلى عدم استغلال الصحف الإلكترونية العربية للإمكانيات التي تتيحها الثورة الرقمية، فغالبية الصحف لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه بينها وبين المستخدم، كما أن صحف الدراسة لم تهتم بنشر آراء الجماهير حيال المواد الإخبارية.

❖ دراسات خاصة بتصميم على الإنترنت:

تناول هذه النوع من الدراسات الدراسات الخاصة بتصميم واجهات الصحف الإلكترونية (صفحة البدء)، ودوافع تصميم الصحف عبر الإنترنت آخذة في الحسبان العلاقة الثلاثية (علاقة كل من المؤلف والقارئ بالمضمون) وهي كالتالي:

جين ترومبو (١٩٩٦) استخدام المساحة في تصميم الوسائط المتعددة^(٢١)

تناولت هذه الدراسة الموصفات التي يجب أن يتحلى بها مصممو الإنترنت، فقرأت أنه علي مصمم الوسائط المتعددة الاحتمال بحركة المستخدم للإنترنت من خلال استغلال التوافد المتعددة والأروقة التي يشتمل عليها المضمون - محتويات الصفحة - فيجب علي المصمم أن يستغل المساحة المباشرة وغير المباشرة في الصفحة.

كما يجب أن يستغل المصمم المساحة الفيزيائية (مساحة الصفحة الطبيعية)، ويجب أن يستغل المساحة الإدركية (Perceptual Space) وهي التي تحتوي علي العناصر المرئية أمام مستخدم الإنترنت، كما يجب عليه أن يستغل مساحة الصفحة في تقديم عمق ثلاثي الأبعاد عن طريق استغلال المساحة التخيلية في ذهن المشاهد للإنترنت.

(*) نجوى عبد السلام فهمي (أكتوبر/ ديسمبر: ٢٠٠١) التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية علي شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية للمجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني العدد الرابع، ص ٢٢١.

(٢١) Jean Trumbo(1996), Navigating the Digital Universe: the use of space in the design of multimedia, retrieved, 4/3/2000, on line <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9612D&L=aejmc&P=R10369>

دراسة مبلسة (١٩٩٧) المدخل الجمالي في تصميم الواجهات لدى المستخدمين^(*)

رأت هذه الدراسة أن هناك علاقة بين المستخدم والنص والمؤلف؛ فكل من المستخدم والمؤلف يتحكمان في النص، وقد توصلت من خلال تلك العلاقة الثلاثية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

١- إن المستخدم يتحكم في كمية المعلومات التي تصل إليه حسبما يريد؛ فهو المتحكم الأساسي في كمية المعلومات ونوعيتها، كما أنه يتحكم في وقته الذي يتعرض فيه لتلك المعلومات.

٢- إن المؤلف يتحكم في نوعية وكمية المعلومات التي يقدمها إلى المستخدم.

٣- يتحدد دور المصمم للواجهات في كيفية تقديم هذه المعلومات، كما أنه يتحكم في مسار المستخدم نحو الموضوعات التي يتعرض لها.

٤- إن عرض المعلومات بطريقة مناسبة للمستخدم يجعله يستمر في مطالعة الصفحة، والعكس صحيح.

دراسة بولنج (١٩٩٨) دوافع التصميم والتواجد عبر الإنترنت^(*)

تركزت هذه الدراسة على الإجابة على سؤالين مهمين هما: ما هي الدوافع التي تدفع المطلق على الإنترنت للتعرض لها؟ وكيف تؤثر تلك الدوافع في التصميم والمضمون من خلال العوامل الديموغرافية؟ ومن خلال الإجابة على هذين السؤالين توصلت الدراسة إلى ما يلي:

هناك ستة دوافع لاستخدام الإنترنت هي: الهروب، والمتعة، والتعزيز، والمشاركة، والاتصال، والعائلية، وقد اختزلت الدراسة هذه الدوافع الستة إلى ثلاثة دوافع رئيسية: الأول: التسلية والتي تتضمن الهروب والمتعة، الثاني: العلاقات الاجتماعية والتي تتضمن الاتصال والعائلية، أما النوع الثالث: فهو الذي يتم عبر

(*) Melissa Camacho, David Weinstock and Kevin O'Gorman(1997) A Multimethod Aesthetic Approach to User-Derived Internet Interface Designs, publishing, retrieved,1/7/2000 available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9709B&L=aeimc&P=R1415>

(†) Ghee-Young Noh (1998) Motivation, Design and Personal Web Presence, publishing, retrieved,1/7/2000 available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9812A&L=aeimc&P=R7580>

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة لدراسة** إلى الإنترنت من خلال استغلال الاتصال التليفوني والبريد الإلكتروني ويتضمن التمييز والمشاركة باعتبارهما سلوك أداتي (Instrumental Behavior).

كما توصلت الدراسة إلى أن التعليم له تأثير سلبي على مفهوم التصميم؛ فذوو التعليم العالي يفضلون التصميم الروتيني (Routine Design)، الذي يتضمن تقديم المعلومات في شكل بناء خطي (Linear Structure)، أما ذوو التعليم المتدني فيفضلون تقديم المعلومات في شكل غير خطي.

دراسة ريبكة (1998) إدراك المواقع التي تحتوي على رسوم جرافيكية مقابل المواقع التي تحتوي على رسوم*

تناولت هذه الدراسة التجريبية إدراك الأفراد للمواقع التي تحتوي على الرسوم الجرافيكية العالية (High-Graphic) في مقابل المواقع التي تحتوي على الرسوم الجرافيكية المنخفضة (low-Graphic)، كما تناولت هذه الدراسة إدراك الأفراد للمواقع التي تحتوي على رسوم جرافيكية دون المضمون، والمواقع التي تحتوي على مضمون دون الرسوم الجرافيكية، والمواقع التي تحتوي على كليهما، وقد توصلت هذه الدراسة إلى التيجتين التاليين:

الأولي: لا يوجد فرق بين إدراك الرسوم العالية والرسوم المنخفضة.

الثانية: إن المواقع التي تحتوي على رسوم جرافيكية ومضمون أكثر إدراكا لدى الأفراد عن المواقع التي تحتوي على مضمون فقط، أو رسوم جرافيكية فقط.

دراسة أكسجين (1998) تصميم صفحات الشبكة واستخدام العناصر الجرافيكية^(*)

حللت هذه الدراسة الصور والرسوم في ثلاث صحف أمريكية على الإنترنت هي: واشنطن بوست، والنيويورك تايمز، واليو أس آيه توداي، وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي:

١- إن الصحف الأمريكية الثلاث على الإنترنت تعطي أولوية للمعلومات النصية عن المعلومات الجرافيكية.

(*) Rebecca J. Chamberlin D(1998): Perceptions of Graphics Versus No Graphics on Web Sites retrieved 5/2/1999 available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9810D&L=aelmc&P=R1740>

(†) Li Xigen,(1998) Web Page design and graphic use of three U.S. Newspapers. Journalism & Mass Communication Quarterly, VOL.75 (2) p355.

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**

٢- إن الرسوم الجرافيكية تظهر بكثرة في الصفحة الرئيسية (home page) عنها في الصفحات الداخلية.

٣- إن الصحف على الإنترنت أقل في استخدام الصور والرسوم كبيرة الحجم عن الصحف التقليدية في تصويرها للأحداث.

دراسة بري (١٩٩٩) فهم واستخدام أخبار الإنترنت: دراسة كمية لتصميم الشبكة

تناولت هذه الدراسة التجريبية تأثير الوسائط المتعددة على قراءة وفهم واستدعاء أخبار الإنترنت، لذلك قامت الدراسة ببناء موقع للدراسة يحتوي على أخبار أحدها مدعم بالوسائط الفائقة، والآخر غير مدعم، ثم قامت بتعريض أحد عينة الدراسة إلى الأخبار غير المدعمة بالوسائط، وعرضت عينة أخرى لمجموعة من الأخبار مدعمة بالوسائط، وكانت متغيرات الدراسة السابعة هي الفهم واستدعاء المعلومات والاستجابة للموقع.

وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية بين الوسائط المتعددة والاستجابة للموقع، وهناك علاقة إيجابية بين الوسائط المتعددة وكل من فهم المعلومات واستدعاها.

دراسة وندي وبريس (١٩٩٩) نماذج السوق واستخدام الصحف اليومية لتكنولوجيا الإنترنت

فحصت هذه الدراسة صحف الولايات المتحدة الأمريكية على الإنترنت للتعرف على استغلالها لإمكانيات الإنترنت من خلال نماذج السوق (Market Types)، حيث قسمت الصحف إلى: محلية، وإقليمية، وقومية، واختارت صحيفتين لتمثل كل مجموعة بواقع اثنتين وعشرين عددًا لكل صحيفة في الفترة من نوفمبر ١٩٩٨ إلى يوليو ١٩٩٩.

(*) D. Leigh Berry (11 Sep 1999) Comprehension and Recall of Internet News: A Quantitative Study of Web Page Design, A paper submitted to the Communication Technology & Policy Division, Jung-Sook Lee Competition, of the AEJMC National Convention, New Orleans, LA, August 1999, retrieved, 17/4/2000 available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa2A2=info?2099B&L=aejmc&P=R54128>

(†) Dibean Weirly & Garrison Pearce, October: 1999) Market Types and Newspapers: Uses of World Wide Web Technologies, this paper presented to the media in transition conference at MIT on 8 October, 1999, retrieved, 17/4/2000 available online (URL) <http://mc.manuscriptcentral.com/transition/mit.edu/articles/dibean.htm>

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة

وقد خلصت الدراسة إلى أن الصحف القومية توسعت في استخدام تكنولوجيا الإنترنت في معظم المجالات متضمنةً المتدنيات، و ربط المعلومات المتصلة، والتحديث الفوري، واستخدام الفيديو والأصوات، والبريد الإلكتروني، ومعاملات البحث، وخدمة المستهلك، والتسليم الشخصي للمعلومات، وتوصلت الدراسة إلى انخفاض استخدام الصحف الإقليمية لمعاملات البحث، في حين توسعت في استخدام المتدنيات، والفيديو والأصوات، ولغات البرمجة، وخدمة المستهلك، وتوصلت الدراسة كذلك إلى أن الصحف المحلية انخفضت في استخدام معماريات لغة جافا، بينما توسعت في استخدام الأصوات، والبريد الإلكتروني ومعاملات البحث، وخدمة المستهلك.

❖ دراسات تناولت الإخراج بصفة عامة:

لقد تميزت هذه الدراسات بشموليتها لكثير من عناصر العملية الإخراجية، بيد أن هذا الشمول شابه عدم الرؤية الإجمالية لعلاقات الاتصال بين متغيرات العملية الإخراجية؛ فقد قامت هذه الدراسات بالتعامل مع كل عنصر بنائي بعزله عن بقية العناصر الأخرى من الناحية الوظيفية والتقنية مغفلةً المبادئ الخاصة بالإخراج الإلكتروني، والتي يؤثر فيها كل عنصر على الآخر، فعلى سبيل المثال: يتأثر تحميل (Loading) الصفحة بكل العناصر البنائية من صور ونصوص وألوان... الخ، كما أن هذه الدراسات - نتيجة صغرها - قد أغفلت كثيراً من عناصر العملية الإخراجية ذات الأهمية، وهذه الدراسات هي:

إمكانيات الصحف الإلكترونية (١٩٩٨)م

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة لأي مدى تفيد الصحف الإلكترونية من المزايا الموجودة على شبكة الإنترنت ؟ ، وللإجابة على هذا السؤال أعدت الدراسة استبياناً أرسلته عن طريق البريد الإلكتروني إلى ٤٢٤ صحيفة يومية في الولايات المتحدة، وقد تم إخضاع ١٣٥ صحيفة منها للتحليل الذي تناول ثلاثة أبعاد خاصة بالشكل هي:

(*) AEJMC Conference Papers (Sun, 11 Oct 1998) Online Newspapers: Living Up to Their Potential? AEJMC Conference Papers, retrieved 15/5/2001 Available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9810B&L=aejmc&D=0&P=1517>

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
النص الفائق: حللت الدراسة ٣٩٦ قصة إخبارية للتعرف علي الروابط التي تحتوي عليها، وقد خلصت إلي أن ٢٪ من هذه القصص اعتمدت علي أسلوب الروابط، واكتفي الباقي بوضع القصص الإخبارية كما هي موجودة في النسخة المطبوعة.

الوسائط المتعددة: كشفت الدراسة أن ٧٧٪ من الصحف تستخدم الرسوم الفوتوغرافية، وأن حوالي ١٠٪ تعرض في مواقعها الرسوم المتحركة ووصلات الفيديو ووصلات الصوت.

التفاعلية: كشفت الدراسة أن ٧٤٪ من الصحف تعرض البريد الإلكتروني للقراء، وقد أوضح ٥٠٪ منهم أنهم يجيبون علي كل الرسائل، في حين أوضح النصف الآخر أنهم يجيبون علي نصف الرسائل.

نجوي عبد السلام (١٩٩٨) تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية^(١)

سعت هذه الدراسة إلي التعرف علي الإمكانيات التي تتيحها الكتابة الإلكترونية، وأدوات الصحفي في مجال الصحافة الإلكترونية، والعناصر التي يعتمد عليها تصميم الصحيفة الإلكترونية بالتطبيق علي الصحافة المصرية والعربية، وقد توصلت الدراسة إلي ما يلي:

- ١- عدم استخدام الصحف العربية للوسائط المتعددة.
- ٢- عدم استغلال إمكانيات النص الفائق بطريقة فاعلة.
- ٣- عدم استغلال إمكانية تقديم إعلانات لدر الربحية للصحيفة.

فداء فوزي عبد الغني (٢٠٠٠) العناصر البنائية في الصحف العربية^(٢)

تناولت هذه الدراسة العناصر البنائية التي تقدمها الصحف الإلكترونية علي الإنترنت من خلال تحليل ثلاث صحف عربية لمدة شهر هي: الأنوار البنائية،

(١) نجوي عبد السلام (ديسمبر: ١٩٩٨) تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع آفاق المستقبل، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الرابع، ص ص ٢٠٣-٢٤١.

(٢) فوزي عبد الغني (٢٠٠٠) العناصر البنائية في الصحف العربية الإلكترونية: دراسة تحليلية مقارنة علي صحف الأهرام والأنوار والشرق الأوسط، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، العدد الثامن، ص ص ٧١-١٠٧.

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة والأهرام المصرية، والشرق الأوسط السعودية، وقد توصلت الدراسة إلى عدم إفادة الصحف الإلكترونية من العناصر الحديثة التي تقدمها الإنترنت المتمثلة في الوسائط المتعددة، والنص الفائق، كما أنها لم تستخدم إمكانيات الألوان بشكل جذاب.

دراسة ألبين (٢٠٠١) تصميم الويب وكفاءة استرجاع الأخبار (*)

حللت هذه الدراسة مضمون خمس صحف أمريكية: اثنتين قوميتين هما: واشنطن بوست واليو أس آيه توداي، وثلاث صحف ولايات هي: شيكاغو تريبيون، ولوس أنجلوس تايمز، وبوسطن جلوب لمدة عشرة أيام، وقد استخدم تحليل المضمون لتحليل عناصر تصميم الصحف الإلكترونية واسترجاع المعلومات.

وقد قصدت الدراسة بفهوم الكفاءة (*) مستوى سهولة الصفحة، وسرعة الحصول على المعلومات، وتوجيه المستخدم في الحصول على المعلومات.

❖ أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:

أفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في ثلاث نواحي هي: الناحية النظرية، والناحية المنهجية، والناحية المعرفية، وهم كما يلي:

الناحية النظرية:

أفادت هذه الدراسة من الدراسات النظرية في التعرف على النظريات التي تفسر الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري مختلفة عن الوسائل التقليدية - صحافة، وإذاعة، وتليفزيون... الخ - مما أضاف إلى هذه الدراسة قاعدة نظرية تسحب على كل الدراسة هي: * الإنترنت كوسيلة اتصال = وسائل الاتصال التقليدية مجتمعة + التفاعلية * وهذه القاعدة أكدت عليها دراسات عدة تناولت الإنترنت كوسيلة مهجنة من وسائل الاتصال التقليدية (*) هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى ساعدت

(*) Xigen Li and Baton Rouge (11 Jan: 2001) Web Design and Efficiency of News Retrieval A Content Analysis of Five U.S. Internet Newspapers, A paper submitted to Newspaper Division of AEJMC for consideration for presentation at AEJMC 2000 Conference, retrieved, 19/4/2004 available online(URL) www.manship.lsu.edu/Faculty/directory/xigen_li.htm

(*) مصطلح يستخدم في علم الاقتصاد ويعني الإفادة القصوى من المدخلات عند تحويلها إلى مخرجات

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
الإشكاليات التي طرحتها الدراسات النظرية الباحث في التعرف علي وجهات النظر المتباينة في تفسير الاتصال الكمبيوتر الوسيط المعروف باسم (CMC)-computer mediated communication، والاتصال البشري الفاعل المعروف باسم (HIC) Human interaction Communication بوصفهما نوعين من الاتصال أفرزتهما ثورة المعلومات .

كل هذا جعل الدراسة تقطع بما لا يدع مجالاً للشك - وإن كانت هذه العبارة تمقتها الدراسات العلمية إلا أنها تصدق علي هذه الدراسة - أن الإنترنت كوسيلة اتصال تختلف في إمكانياتها عن وسائل الاتصال التقليدية، وما ينطبق علي وسائل الاتصال التقليدية من نظريات قد لا يجد له مكاناً في الإنترنت، مثل نظرية حارس البوابة الإعلامية (Gate Keeper) .

هذه المقدمات النظرية تقودنا إلي نتيجة مفادها اختلاف الصحافة الإلكترونية عن الصحافة الورقية من الناحية الاتصال، ومن ثم فهي تختلف عنها في ريادة العجلة الاتصالية (الوسيلة، والمرسل، والمستقبل، والرسالة)، وما يهمنا من هذه النتيجة هو اختلاف النظريات المقسرة للشكل الإخراجي للصحافة الورقية عن الصحافة الإلكترونية بوصفها وسيلة اتصال .

الناحية المنهجية:

أفادت هذه الدراسة من المناهج والأدوات البحثية، وأدوات جمع البيانات التي استخدمتها الدراسات السابقة؛ فقد أفادت من نتائج الدراسات التجريبية في تعقيد القوانين والأسس التي تسير عليها العناصر البنائية في الصفحة؛ فقد وضعت هذه الدراسات التجريبية الإطار العام لقوانين العناصر البنائية .

كما أفادت هذه الدراسة من الأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات الأخرى في التعرف علي البريد الإلكتروني بوصفه أداة لجمع وإرسال المعلومات المتصلة بالبحث، كما أفادت من الدراسات السابقة التي استخدمت الاستبيان الإلكتروني باعتباره أداة جديدة لجمع البيانات بطريقة مبسطة تختزل عاملي الزمان والمكان، وتيسر علي كل من الباحث والمبحوث؛ فهي تسهل علي المبحوث تحديد إجاباته بدقة من بين مجموعة من البدائل، في حين تساعد الباحث في فرز ومعالجة الاستبيان بدقة بعيداً عن الأخطاء الطبيعية وأخطاء عدم تحديد البدائل بدقة من قبل المبحوث .

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
كما عُرِفَت الدراسات السابقة الباحث علي العديد من الأدوات المنهجية الأخرى
مثل : تحليل المهام (Task analysis) ، وتحليل المستخدم (User analysis) ، وتحليل
الأداء (Performance Analysis) ؛ بوصفها أدوات جديدة لتحليل طرق سير
المستخدم داخل الموقع من زاوية ، وتفسر طرق استجاباته من زاوية أخرى .

الناحية المعرفية:

أفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في التعرف علي العناصر البنائية
(الأساسية والمساعدة والتفاعلية) بدقة مشرحة إيّاها إلي عناصرها الفرعية ، واضعة
لكل عنصر فرعي وصفه الدقيق من خلال تقديم مميزات وعيوبه وطرق استخدامه ،
والمواضع التي يجب أن يستخدم فيها والمواضع التي يجب أن يفقد فيها .

أوجه القصور في الدراسات السابقة:

علي الرغم من إقادة الباحث من الدراسات السابقة في النواحي الثلاث سالفة
الذكر إلا أن أوجه القصور والنقص طالت بعض الدراسات السابقة متمثلة في ضعف
الدقة المنهجية الناتجة عما يلي :

- خلط بعض الدراسات الخاصة بالتفاعلية في مقاييسها بين الضبط الكمي والضبط
الكيفي للمقياس ، مما أوقع هذه الدراسات في خطأ التعميم غير المبرر .
- وقوع بعض الدراسات في خطأ التعميم الناتج عن قلة العينة المثلة لمجتمع
البحث ، حيث عُممت دراسات عديدة علي عينات تحليلية لا تتعدى خمسة عشر
يوماً من التحليل ، في حين عُممت دراسات أخرى نتائجها علي كل الفئات
العمرية ، وهي في الواقع لم تأخذ سوى شريحة عمرية من طلاب الجامعات التي
لا تعكس من وجهة نظرنا شرائح المجتمع ككل .
- عدم دقة المناوين البحثية خاصة في البحوث الأجنبية ، فهي تأخذ شكلاً
فضفاضاً لا يتم عما يحتوي عليه البحث من عناصر فعلية .
- علاوة علي القصور المنهجي فإن الدراسات السابقة لم تتعامل مع الصحف
الإلكترونية علي أنها كتلة واحدة يؤثر فيها كل عنصر بنائي علي العنصر الآخر ولكن
تم التعامل مع كل عنصر بنائي بمفرده علي حدة دون النظر إلي علاقات الارتباط
والتواصل التي تربط بينه وبين العناصر الأخرى ، كما أن كثيراً من هذه الدراسات

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
أخذت من المستخدم المحور الأول والأخير في دراساتها دون النظر إلي خصائص الأدوات التي يتعامل معها .

ب) مشكلة الدراسة:

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أنها لم تتناول إخراج الصحف الإلكترونية علي الإنترنت بالمعني الشامل لكلمة إخراج ، إنما انصب تركيزها علي بعض العناصر البنائية فقط ؛ فلم تدرس علاقة العناصر البنائية مع بعضها البعض ، كما أنها لم تتطرق إلي تقويم تصميم الصحف الإلكترونية علي الإنترنت .

علاوة علي ما سبق فقد تبين من خلال الدراسة الاستطلاعية (*) التي قام بها الباحث علي بعض الصحف العالمية أنها لم تعد من العناصر البنائية الإفادة المثلي .

ومن ثم فإن مشكلة الدراسة تتركز حول كيفية صنع صحافة إلكترونية تفيد من العناصر البنائية الموجودة علي الإنترنت من ناحية ، ومحاولة خروج هذه الصحف من عباءة الصحف الورقية في الشكل والتصميم من ناحية أخرى .

ج) أهداف الدراسة:

يرى البعض أن أهداف الدراسة ترجمة لتساؤلاتها ، بيد أننا نختلف مع هذا الرأي اختلافاً جزئياً ؛ فبعض أهداف الدراسة ربما لا تعكس التساؤلات ، لذا فإننا نقسم الهدف من الدراسة إلي شقين : (وصفي وتقويمي) وهما كما يلي :

(*) قام الباحث من خلال الدراسة الاستطلاعية بالملاحظة العلمية الدقيقة للعديد من الصحف الإلكترونية الدولية والعربية والمصرية للتعرف علي استخدامها للعناصر البنائية من ناحية ، ولتحديد مشكلة الدراسة بصورة دقيقة من ناحية أخرى .

أسفرت الدراسة الاستطلاعية التي أجراها الباحث عن تدني الاهتمام بالمتحدثات التكنولوجية التي أفرزتها الثورة الهجينة (Hybrid Revolution) من قبل الصحف المصرية والعربية (الأخبار والأهرام والجمهورية والشرق الأوسط) ؛ فلم تستخدم هذه الصحف الوسائط المتعددة في تدعيم الأخبار ، كما أنها لم تستخدم إمكانات الوسائط التفاعلية في التواصل مع المستخدمين ، في حين أفادت الصحف الدولية الأمريكية (الواشنطن بوست ، والنيويورك تايمز واليو أس آيه توداي) بإفادة متكاملة من الوسائط المتعددة في تدعيمها للأخبار والقصص الإخبارية ، غير أنها لم تعد إفادة متكاملة من الوسائط التفاعلية ؛ فلم تستخدم حجر الزرعة للتواصل مع المستخدمين فيما عدا صحيفة الواشنطن بوست التي استخدمت هذه الوسيلة .

(١) الهدف الوظيفي:

تسمى هذه الدراسة إلى توصيف العناصر البنائية الموجودة في بعض الصحف المصرية والأمريكية اليومية علي الإنترنت بغرض التعرف علي استخداماتها، وأدوارها ووظائفها وسماتها وخصائصها.

(٢) الهدف التقويضي

تهدف هذه الدراسة إلى تقويم استخدام العناصر البنائية الموجودة في الصحف المصرية والأمريكية علي الإنترنت بغرض بناء صحافة إلكترونية تفيد من جميع العناصر البنائية الموجودة علي الإنترنت إفادة مثلي، وذلك من خلال تدعيم هذه الصحف ببعض العناصر البنائية غير المستخدمة علي صفحاتها من ناحية، والإفادة المثلي من العناصر الموجودة علي صفحاتها من ناحية أخرى.

(٣) تساؤلات الدراسة:

تنقسم تساؤلات الدراسة إلى شقين: أحدهما يخص الدراسة التحليلية؛ التي تسمى إلى توصيف العناصر البنائية وتصميم الصحف الإلكترونية، والآخر يخص الدراسة الميدانية التي أجريت علي هيئة من الأكاديميين الأمريكيين والتي تتناول رؤيتهم لوضعية العناصر البنائية في الصحف الإلكترونية.

وهذه التساؤلات - التحليلية والميدانية - تسمى إلى تمهيد الطريق إلى الدراسة التقويمية، وهذه التساؤلات هي:

(١) تساؤلات الدراسة التحليلية

(أ) ما العناصر البنائية الأساسية التي تحظى بها الصحف المصرية والأمريكية علي الإنترنت؟

(ب) كيف تفيد الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية من كل العناصر البنائية الأساسية التي تقدمها الإنترنت؟

(ج) ما هي العناصر البنائية المساعدة التي تحظى بها الصحف المصرية والأمريكية علي الإنترنت؟

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة

(هـ) كيف تفيد الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية من كل العناصر البنائية المساعدة التي تقدمها الإنترنت ؟

(و) ما هي العناصر البنائية التفاعلية التي تحظى بها الصحف المصرية والأمريكية علي الإنترنت ؟

(ز) كيف تفيد الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية من كل العناصر البنائية التفاعلية التي تقدمها الإنترنت ؟

(ح) ما هي الأساليب التصميمية التي تستخدمها الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية ؟

(٢) تحليلات الدراسة الميدانية

(أ) ما هي تصورات الأكاديميين الأمريكيين إزاء وضعية العناصر البنائية الأساسية في الصحف الإلكترونية ؟

(ب) ما هي تصورات الأكاديميين الأمريكيين إزاء استخدام الخلفيات والألوان في الصحف الإلكترونية ؟

(ج) ما هي وظيفية العناصر البنائية التفاعلية ودورها من وجهة نظر الأكاديميين الأمريكيين في الصحف الإلكترونية ؟

(هـ) ما هي الأساليب التصميمية التي يرغب الأكاديميون الأمريكيون في تواجدها علي الإنترنت ؟

هـ) المداخل النظرية:

باعتبار الإنترنت وسيلة جديدة من وسائل الاتصال فإن الإطار النظري الذي تفسر به محتويات هذه الوسيلة مازال قيد التشكيل والاجتهادات البحثية الطموحة ؛ فالبعض يعتبر الإنترنت وسيلة اتصال مستقلة بذاتها^(*) ، في حين يري البعض الآخر أن هذه الوسيلة مركبة من النماذج الاتصالية الأخرى كنموذج الاتصال الشخصي والجماعي والجماعي^(†).

(*) J. Johnson Thomas & K. Kaye Barbara, (1998) "Cruising is Believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Messages," Journalism and Mass Communication quarterly, vol.75, (2) pp.325-337

(†) Merril Morris & Christine Ogan, (1996) The Internet as Mass Medium, Journal of Communication, vol46 (1) pp.39-50

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة

لذا أثر الباحث الولوج في الاجتهادات البحثية في محاولة لتفسير بعض ملامح تلك الوسيلة الجديدة ولكن من زاوية محددة هي إخراج الصحف الإلكترونية علي الإنترنت ؛ فالإنترنت كوسيلة اتصال تحظى بالعديد من العناصر البنائية غير المتوفرة في وسائل الإعلام الأخرى مثل : البحث ، والأرشفة ، والنص الفائق ، وحجر الثثرة ، والمستديات ، كما أنها تحتوي علي كل العناصر البنائية المتوفرة في وسائل الإعلام الأخرى مثل : النص ، والحركة ، والصوت .

لذلك فإن دراسة الأشكال البنائية في هذه الوسيلة استدعت الباحث إلي تقديم مدخل جديد استقاء من الدراسات التكنولوجية هو إيهام المستخدم (User Illusion) ، كما تعتمد هذه الدراسة علي المدخل المهجن (Hybrid Model) الذي قدمه جلدر ، فلكل مدخل من هذين المدخلين دور محدد يقوم به في الدراسة التقويمية ؛ فالمدخل الأخير تستخدمه الدراسة في الجزء الخاص بتأثير تكنولوجيا الإنترنت علي بنية الصحافة من خلال التزاوج بين الصحافة التقليدية والإنترنت ، بينما تستخدم مدخل إيهام المستخدم في صنع واجهة إلكترونية قادرة علي اختزال المساحة المطولة التي تقدمها الصحف الإلكترونية لعرض موضوعاتها ، ونتناول فيما يلي هذين المدخلين بشيء من الإيجاز .

(١) إيهام المستخدم (User Illusion):

هو نموذج تصوري (Conceptual Model) خاص بالتعامل مع الواجهات الإلكترونية الجديدة وغير المألوفة من قبل المستخدم ، وقد اكتسب هذا النموذج قوته من كونه بيئة بصرية وتفاعلية يمكن للمستخدم أن يتفاعل معها .

هناك أسماء كثيرة تطلق علي هذا النموذج منها : المكتب الفيزيائي المجازي (Physical-office Metaphor) ، سطح المكتب المجازي (Desktop Metaphor) ، بيد أن هذا النموذج اكتسب اسمه الأساسي (إيهام المستخدم) من قبل زير وكس برك (Xerox Park) الذي صكه في السبعينيات من القرن السابق ، وهذه المفاهيم المجازية مفيدة للمستخدم لفهم نظم الكمبيوتر الأولية^(*) .

(*) Matthias Müller (February: 2002) Vision and Reality and Graphic User Interface, Master Thesis, University of Hamburg, Department of informatics, =

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة
 ويعتمد هذا النموذج مهم جداً بالنسبة للمصمم ، فهو يساعده في حزم كمية كبيرة
 من المعلومات في حيز عرض صغير جداً، كما أن هذا النموذج مهم بالنسبة
 للمستخدم ؟ فهو يساعده في تقليص الوقت المفقود من خلال عرض معلومات كثيرة
 علي مساحة قليلة ^(*).

ويسري كاي (Kay) أنه وفقاً للتجربة ثبت أن المستخدم - بعد اعتياده علي النظم
 المعقدة والمجرمة التي يقدمها الكمبيوتر - بدء بتخيل طريقة تنظيم الكمبيوتر، وهذا
 النموذج العقلي يسمح للمستخدم بتنبؤ سلوك النظام بدون حاجة لحفظ كثير من
 الأوامر المعقدة ^(?).

يعتمد هذا النموذج على ست وسائل لإيهام المستخدم هي : المحاكاة
 (Simulation)، والخداع (Dissimulation)، والحيلة (Ruse)، والتشكّر
 (Disguise)، والرتابة (Monotony)، والمناورة (Maneuver)، ويستخدم
 النموذج أحد هذه الأساليب أو كلها من أجل إيهام المستخدم أن الأشياء التي يراها
 مطابقة للواقع ^(*).

وفيد هذا النموذج في تمود المستخدم علي الأساليب الجديدة التي لا تتضمنها
 الصحف الإلكترونية مثل القوائم المنبقة، والنصوص المتحركة، فهو قد تصادف بها
 علي صفحات الويب، أو تعامل معها في بيئة الويندوز، وإن لم يكن هذا أو ذاك، فهو
 قابل للتمود عليها بالتكرار .

وعليه تستخدم الدراسة هذا المدخل في إعادة تصميم نماذج لصحف إلكترونية تفيد
 من إمكانيات الإنترنت لتمديد المساحة الفعلية أمام المستخدم .

(URL) available on line
 =retrieved,11/3/2004 http://www.mprave.de/diplom/text/3.4_provisions.html

(*) Craven, T.C. 1986. String Indexing Orlando: Academic Press, retrieved,1/6/1998 ,
 available on line (URL) <http://publish.uwo.ca/~craven/book1986/book11.htm>

(*) Patrick J. Lynch, MS (2002) Visual Design for the User Interface, Yale Center for
 Advanced Instructional Media, Journal of Biocommunications, 21,
 retrieved,12/7/2004 available on line (URL) <http://www.rz.uni-hohenheim.de/www/styleguides/manual/papers/gull.html>

(*) Bruce Tognazzini (2002) Magic and Software Design, retrieved,15/1/2004
 available on line (URL) <http://www.asktog.com/papers/magic.html>

(٢) المدخل المهجن:

تعتمد هذه الدراسة علي النموذج المهجن (المختلط) (Model) (Hybrid) كمدخل للدراسة، وذلك فيما يتعلق بالبناء الشكلي للصحيفة علي الإنترنت، ويعتمد هذا المدخل في بنائه علي المعادلة التالية:

$$(Static Model + Dynamic Model = Hybrid Model)$$

(النموذج المهجن = النموذج الاستاتيكي + النموذج الديناميكي) (٣).

يقصد بالنموذج الاستاتيكي العناصر البنائية التقليدية مثل الصور والنصوص، أما النموذج الديناميكي فيقصد به ما تحظى به الإنترنت من عناصرَ بنائيةٍ جديدة تؤدي إلي تفاعلية القارئ مع الشكل والمضمون.

وقد عبر جورج جيلدر (George Gilder) في نموذج - النموذج المهجن - عن التزاوج بين الكمبيوتر والصحافة؛ فأرأي أن الكمبيوتر متمم فاعل للصحافة في أداء دورها، فهو يدعم صناعة الأخبار (News Industry)، حتى تتمكن الصحيفة من تسليم منتجاتها في وقت يسير، ويساعد في زيادة كمية المعلومات المتاحة أمام الصحيفة، ويفتح الطريق أمام الأخبار لإظهارها بالصورة والصوت والفيديو (٤).

فمن طريق استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتسليم المواد الإعلامية تم التزاوج بين الكتابة المطبوعة (literacy print) والتسليم الرقمي (digital delivery) بواسطة الكمبيوتر للمواد الصحفية (٥).

ولذلك فإن الصحف علي الإنترنت - طبقاً للنموذج المهجن - تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية المتمثلة في الصور، والرسوم، والعناوين... الخ، كما تجمع بين تكنولوجيا الإنترنت الحديثة المتمثلة في النص الفائق، والرسوم المتحركة، وتطبيقات

(*) Singh Sameer, Domonkos Tomas & Rho Youngju, Enhancing Comprehension of Web Information for Users with Special Linguistic needs. Journal of communication, vol.48 (2).

(٢) Li Xigen, Web Page design and graphic use of Three U.S. Newspapers, Journalism & Mass Communication Quarterly, VOL. 75(2) p355

(٣) Ibid. p355.

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة** الوسائط المتعددة المختلفة ^(*)، بالإضافة إلى استخدامها للعناصر التفاعلية المتمثلة في البحث، والأرشيف، والبريد الإلكتروني... الخ.

فالصحف الإلكترونية مثل الشبكات الإذاعية يمكن أن تقدم أخبارها في أي وقت إلى المستمع، إلا أن الصحف الإلكترونية تتميز عنها في مقدرة القارئ على اختيار المعلومات التي يتعرض لها ^(٢).

كما يعطينا النموذج المهجن فكرة عن كيفية تحسين وظائف الصحف عن طريق استخدام التكنولوجيا الإلكترونية؛ وذلك من خلال تسهيل دور الصحف الإلكترونية من خلال ما تقدمه لها التكنولوجيا الحديثة من أدوات تساعد في سهولة العرض ^(*).

تتميز الصحف الإلكترونية بفضل إفادتها من الوسائل الإعلامية الأخرى بثلاث ميزات هي ^(٥):

- ✓ الاستمرارية (Continuously): تقديم المواد الإعلامية والإخبارية في أي وقت للمستخدم.
- ✓ الدمج (Incorporate) تجمع الصحف الإلكترونية بين وسائل متعددة في تقديمها للمواد الإخبارية (صحف، إذاعة، وتلفزيون، وكتب).
- ✓ الاستهلاك حسب الطلب (Customized) تقدم للمستخدم المعلومات التي يريدها حسب رغبته.

لذا فإن هذه الدراسة تصب من المدخل المهجن في معرفة ما تقدمه تكنولوجيا الإنترنت من أدوات متصلة في الرسوم المتحركة، والوسائط المتعددة، والنص الفائق، والرسوم ثلاثية الأبعاد، كما يفيد هذا المدخل في معرفة ما تقدمه لغات البرمجة بواسطة الشق السحني لتكنولوجيا المعلومات والتي تستخدمها الصحف في عرض

(*) Ibid. p355.

(١) Lorrie Ackerman: (May 1992). The Electronic Newspaper of the Future: Rationale, Design, and Implications, available online (URL) http://students.ccc.wustl.edu/~cs142/articles/MISC/PUBLISHING/electronic_news_papers--cranor

(٢) Li Xigen op, cit. p355.

(٣) Lorrie Ackerman, op cit. (URL)

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
موضوعاتها، وتفيد هذه الدراسة من المدخل المهجن كذلك في معرفة ما يقدمه الشق
المادي (عتاد الكمبيوتر) لهذه الصحف من أدوات تساعدها في وصول مضمونها إلي
القارئ في يسر وسهولة.

ثانيًا: الإطار المنهجي:

يحتوي الإطار المنهجي للدراسة علي : نوع الدراسة، ومنهجها، وأدواتها، وهم
كالتالي :

(١) نوع الدراسة:

تتسمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية والتقويمية، وتعرض لهذه الدراسات
بشيء من الإيجاز وهي كالتالي :

(١) الدراسة الوصفية:

هي التي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين، أو موقف،
أو جماعة، أو فرد، وتكرار حدوث الظواهرات المختلفة^(١)؛ لذا فإن هذه الدراسة
الحالية تسعى إلى توصيف العناصر البنائية الموجودة في الصحف المصرية والأمريكية
علي الإنترنت من ناحية، وتسمي هذه الدراسة من ناحية أخرى إلي معرفة وظائف
وأدوار هذه العناصر البنائية.

(٢) الدراسة التطويرية:

هذا النوع من الدراسات لا يكتفي بإصدار أحكامه علي الاتجاه الإخراجي
للصفحة، وأساليبه، وإنما يبدي رأيه في كيفية إصلاح العيوب والأخطاء إن
وجدت^(٢)؛ فالعملية التقويمية تركز علي محورين : الأول : النقد؛ أي نقد أسلوب
إخراج الصحيفة من ناحية عدم استقلال بعض الإمكانيات التي تتيحها الإنترنت،
والثاني : تقديم البديل لهذا النقد بمحاولة الإفادة من كل العناصر البنائية الموجودة علي
الإنترنت، وذلك من خلال فرضية مؤداها : إن الصحيفة يجب أن تعكس الوسيلة وما

(١) سمير محمد حنين (١٩٩٥) : بحوث الإعلام، دراسة في منابع البحث العلمي (القاهرة : عالم
الكتب) ص ١٢٣.

(٢) أشرف محمود صالح (١٩٩٢) : الإخراج الصحفي : مقال في المنهج، (القاهرة : بدون ناشر)، ص

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة
تحملة من أدوات ؛ أي يجب علي الصحيفة أن تستغل كل الإمكانيات الموجودة علي الإنترنت سواء أكانت صوتاً أم فيديو ؛ لأن المحك الأساسي هو ما تقدمه الوسيلة من إمكانيات لا ما توجد عليه الصحيفة الورقية ، وإلا يات وجودها علي الإنترنت بدعوة المباهة التي ليس من ورائها طائل ولا قيمة .

ب) مناهج الدراسة:

تستخدم الدراسة منهجين أساسين هما :

(١) منهج المح

تستخدم الدراسة المنهج المسحي في مسح الأشكال البنائية الموجودة في الصحف الأمريكية علي الإنترنت للتعرف علي خصائصها ، وسماتها ، ووظائفها ، وأدوارها ؛ لمعرفة إلي أي مدى تفيد الصحافة الإلكترونية من هذه العناصر من ناحية ، كما تقوم الدراسة بمسح الأسلوب الإخراجي الذي تتبعه هذه الصحف من الناحية الأخرى ، للتعرف علي الأساليب التي يتميز بها الإخراج الإلكتروني .

(٢) المنهج المقارن

تعتمد هذه الدراسة علي المنهج المقارن في جزئيتين هما :

• المقارنة الأفقية:

تقوم المقارنة الأفقية في هذه الدراسة علي مقارنة الأشكال البنائية في الصحيفة الواحدة مع بعضها البعض ؛ لمعرفة الاختلافات بين الأشكال البنائية في الصحيفة الواحدة ، كما تقوم بمقارنة تصميم الصحيفة ودراسة مدى التغير الذي طرأ علي تصميمها .

• المقارنة الرأسية

تقوم المقارنة الرأسية علي مقارنة العناصر البنائية المتناظرة في الصحف المصرية مع بعضها البعض ؛ حيث تتم مقارنة العناصر البنائية الأساسية ، والمساعدة ، والتفاعلية في كل صحيفة مع نظيراتها من الصحف الأخرى ، وكذلك تتم مقارنة الأساليب الإخراجية في الصحف الأربع موضع الدراسة ؛ لمعرفة إلي أي مدى تفيد الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية من تقنيات الإنترنت .

(ج) أدوات جمع البيانات:

تشتمل هذه الدراسة على العديد من الأدوات البحثية لجمع البيانات من زاوية ، وتحليلها من زاوية أخرى ، وهذه الأدوات هي :

(١) تحليل الشكل :

هي الأداة الرئيسية في هذه الدراسة ؛ وهي التي توفر للبيانات الشكلية التي يتم جمعها أكبر قدر من الدقة والبضبط^(١) ، وقد حاول الباحث تكميم هذه الأداة قدر المستطاع ؛ وذلك من خلال الخطوات التالية :

- معاملة كل عنصر من العناصر البنائية للمصحف المدروسة على أنه وحدة من وحدات التحليل ، وهذه الوحدات هي : العناصر البنائية الأساسية والمساعدة والتفاعلية .
- تحديد وحدات التحليل داخل كل وحدة ؛ وتمثل هذه الوحدات بالنسبة للعناصر البنائية الأساسية في (النصوص ، والصور ، والوسائط الفائقة ، والوسائط المتعددة) .

أما بالنسبة للعناصر البنائية المساعدة فتتمثل في (وسائل فصل المواد ، والألوان) في حين تمثل العناصر البنائية التفاعلية في (التفاعلية المعلوماتية ، والتفاعلية التواصلية اللتان تحتويان على محركات البحث ، وخريطة الموقع ، والبريد الإلكتروني ، وحجر الترتبة ، والمنتديات ، والاستفتاءات) .

- تحديد المقدرات القابلة للعدد الكمي مثل عدد مرات ورد الصور ، والرسوم المتحركة ، والعناوين على الصفحة .

(٢) تحليل لغة المصدر (Source Language) :

يقصد بتحليل لغة المصدر كشف النقباب عن البرامج والأكواد المستخدمة في تصميم صفحة الويب ، وذلك للتعرف على العناصر التي يستخدمها المخرج الصحفي (المصمم) في بناء الصحيفة الإلكترونية والتي لا يظهر للمستخدم إلا أثرها ، ومن هذه العناصر على سبيل المثال الجداول ؛ فهي قد لا تكون ظاهرة للمستخدم ، ولكن يظهر

(١) أشرف صالح (١٩٩٢) الإخراج الصحفي : مقال في المنهج ، مرجع سابق ، ص ٨٧ .

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
أثرها في تنسيق الصفحة، وتستخدم الأداة في معرفة درجات الألوان ومصفوفة الخطوط المستخدمة في الصفحة.

ويتم كشف النقاب عن هذه اللغة من خلال قراءتها إما من أحد المستعرضات التي تتيح هذه الإمكانية مثل إنترنت إكسبلورر (Internet Explorer)، أو تنكيب كومنكيكتور (Netscape Communicator)، وإما عن طريق برامج تنسيق النصوص المستخدمة في بناء لغة (HTML) مثل: برنامج (Notepad) أو برنامج (WordPad) وإما عن طريق بعض برامج صناعة صفحات الويب مثل (FrontPage).

وتساعد لغة المصدر الباحث في التعرف على العديد من الخصائص التي تضمها الصفحة مثل نوعية الخط المستخدم، ومصفوفته، وحجمه، وعدد دوران ملفات الفيديو والصوت، وتساعد الباحث في التعرف على ما إذا كانت الصفحة تستخدم لغة جافا سكريبت (JavaScript) في صناعة المؤثرات المتحركة أم تستخدم لغة فيجول بيسك (visual basic)، وذلك لا يمكن معرفته بالنظرة المباشرة للصفحة أو بتحليل الشكل فهما لا يكشفان سوى الجزء المرئي من الصفحة.

(٢) تحليل المهام (Task Analysis):

تقوم هذه الأداة بتحليل تحرك المستخدم داخل الموقع (*) من خلال تحديد الأفعال والمهام التي يؤديها، والقرارات التي يتخذها^(٢)، بيد أنه تم تطويع هذه الأداة لكي تتناسب مع تحليل العناصر البنائية، فتقوم هذه الأداة بتحليل المهام التي تقوم بها العناصر البنائية داخل البناء الكلي للصفحة من خلال تحديد علاقات الاتصال بين هذه العناصر من ناحية، وتحديد متى تبدأ مهمة عنصر بنائي ومتى تنتهي مهمته من ناحية أخرى.

(*) Usable Web (2001) User and Task Analysis, retrieved, 11/9/2003 available on line (URL) <http://usableweb.com/opics/000876-0-0.html>

(٢) Mining Home (2001) Task Analysis, retrieved, 11/9/2003 available on line (URL) www.cdc.gov/niosh/miningftp/TaskAnalysis.html

(٤) الاستبيان الإلكتروني:

لما كانت هذه الدراسة تهدف إلى التقويم فإنها تستخدم الاستبيان الإلكتروني للتعرف على آراء ذوي الخبرة في مجالي: الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال في بعض الجامعات الأمريكية عبر الإنترنت، ويرجع اختيار الجامعات الأمريكية؛ لكونها الأكثر خبرة في مجال تكنولوجيا الاتصال بصفة عامة، وتكنولوجيا المعلومات بصفة خاصة؛ وذلك للتعرف على آرائهم حيال وضعية بعض العناصر البنائية في الصحف الإلكترونية على الإنترنت بوصفهم أداة تحكمية، ويتم استخدام آرائهم جنباً إلى جنب مع القواعد والمعايير التي قدمها المصممون من قبل بعض الهيئات المعنية بشئون الإنترنت^(٢) علاوة على بعض المعايير والأسس التي قدمتها بعض الدراسات الأكاديمية.

أما بيانات الاستبيان فقد تم إرسالها عبر البريد الإلكتروني إلى عدد من مدارس وأقسام الإعلام المتخصصة في مجال الإعلام بالولايات المتحدة، وذلك بعد اختيار سبع جامعات بها أقسام إعلام من بين واحد وستين جامعة تضم أقساماً متخصصة في مجال الصحافة والاتصال من موقع وظائف الصحافة^(٣)، وقد تم اختيار هذه الجامعات بطريقة عشوائية.

(١) من هذه الهيئات ما يلي:

- A- = W3C (The World Wide Web Consortium), available online
(URL) <http://www.w3.org/>
B- IAB (Internet Architecture Board), (URL)
<http://www.iab.edu/iab/>
C- IETF (The Internet Engineering Task Force), available online
(URL) <http://www.ietf.org/>
(٢) U.S. Journalism/Communications Schools, (16/2/2002) Journalism Jobs; available
online (URL) http://www.journalismjobs.com/general_links.cfm

جدول (١) يوضح نسبة الاستبيان الإلكتروني

الجامعة	الاستجابة	الاعتذار	عدم الرد	البريد المرسل
جامعة مين ^(١)	٣	-	٩	١٢
جامعة غرب واشنطن ^(٢)	٢	-	٦	٨
جامعة فلوريدا ^(٣)	٥	-	١٦	٢١
جامعة جورج واشنطن ^(٤)	٢	-	١١	١٣
جامعة ميسوري بكولومبيا ^(٥)	٢	-	٧	٩
جامعة ماريلاند ^(٦)	٩	١	٢٢	٣٢
جامعة أكلاهوما ^(٧)	٣	-	٦	٩
المجموع	٢٦	١	٧٧	١٠٦

(٤) البريد الإلكتروني

يستخدم الباحث هذه الأداة في الحصول علي المعلومات والتوجيهات من ذوي الخبرة في مجالات التصميم والإخراج والتكنولوجيا في مختلف دول العالم، ويختلف هذا النوع عن سابقه في أنه يقدم معلومات إلي الباحث تفيد في تحديد العناصر البانية بشكل دقيق، كما يفيد الباحث من هذه الأداة في تحكيم مقياس التفاعلية واستمارة

(١) University of Maine: Department of Communication and Journalism, available online (URL) <http://www.ume.maine.edu/~col/faculty-staff.htm>

(٢) Western Washington University: Department of Journalism, available online (URL) <http://www.sc.wvu.edu/~journal/faculty.html>

(٣) (FIU) Florida International University: School Of Journalism; Mass Communication, available online (URL) <http://jmc.fiu.edu/jmc/default.cfm?fidMenu=14>

(٤) The George Washington University: Communication Program, available online (URL) <http://www.gwu.edu/~commgwu/faculty.html>

(**) University of Missouri at Columbia School of Journalism, available online (URL) <http://www.journalism.missouri.edu/faculty-staff/list-departments.html>

(††) The Philip Merrill, College of Journalism, University of Marland, available online (URL) <http://www.journalism.umd.edu/faculty/>

(‡‡) Gaylord College of Journalism and Mass Communication, available online (URL) <http://jmc.ou.edu/faculty/staff.html>

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة**
التحليل، ويستخدم الباحث هذا النوع في الحصول علي معلومات من الصحف
موضع الدراسة؛ لتحديد مدى تفاعلها مع المستخدم.

ثالثاً: الإطار الإجرائي:

يشتمل الإطار الإجرائي للدراسة علي عينة الدراسة، وأسلوب التحليل، وعينة
التحليل، ووحدات القياس، وإجراءات الثبات والصدق، وهم كالتالي :

(أ) عينة الدراسة التحليلية:

تتضمن عينة الدراسة: العينة المكانية، والعينة الزمنية، والعينة الموضوعية؛ وهم
كما يلي:

(١) العينة المكانية

المراد بالعينة المكانية: الصحف المصرية والأمريكية علي الإنترنت التي تخضع
للدراسة وهي:

❖ صحيفة الجمهورية المصرية❖

يرجع اختيار صحيفة الجمهورية لكونها أول صحيفة مصرية تُوجد لها مكاناً علي
الإنترنت، وهذه الأسبقية مُقرّض فيها أنها مصحوبة بخبرة تقنية قوية في مجال الإخراج
الإلكتروني.

❖ صحيفة الأهرام المصرية❖

يرجع اختيار صحيفة الأهرام لكونها تنتمي إلي مؤسسة تتمتع برصيد كبير من
التواجد الصحفي في مصر، علاوة علي إمكانياتها المالية والتقنية المتميزة، فتاريخها
الصحفي الطويل يُقرّض فيه تواجد خبرة عالية في التعامل مع الشكل والمضمون علي
حد سواء تتمكس علي تواجدها الإلكتروني.

(*) Algomhuria Newspaper, available online (URL) <http://www.algomhuria.net.eg>

(†) Ahram Newspaper, available online (URL) www.ahram.org.eg

❖ **بينما يرجع اختيار صيفي بواي إيه توداي (*) والنيويورك تايمز (†)**

إلى العديد من الأسباب منها: إن هذين الصحفيين من أوائل الصحف الإلكترونية التي وجدت لها مكاناً على الإنترنت، كما تتميز صحف الولايات المتحدة الأمريكية بالمقدرة التكنولوجية العالية مقارنة ببقية الصحف الدول الأخرى، كما أن هذه الصحف تتباين من ناحية تصميمها - وذلك ما كشفته الدراسة الاستطلاعية التي أجراها الباحث على هذه الصحف - عن الصحف المصرية مما يجعل لعامل المقارنة بينهما إثراء للدراسة.

(١) العينة الزمنية:

العينة الزمنية المختارة للدراسة هي من بداية شهر يناير ٢٠٠٢ إلى نهاية ديسمبر ٢٠٠٢، ويرجع اختيار هذه الفترة لوقوعها في نطاق فترة الدراسة؛ لأن دراسات التكنولوجيا تتميز بأنها من النوع المتغير بسرعة؛ فما هو حديث اليوم يصبح قافهاً وعديم القيمة هذا، كما يرجع عدم أخذ فترة زمنية لاحقة؛ لعدم المقدرة على متابعة التغير في التقدم التكنولوجي ورصده وتحليله.

(٢) العينة الموضوعية:

تقوم هذه الدراسة بتحليل الأشكال البنيائية الموجودة في الصحف الإلكترونية على الإنترنت من ناحية، كما تقوم بتحليل الأساليب التي تتبعها تلك الصحف في تصميم صفحاتها بدتها على الإنترنت من ناحية أخرى، ويلاحظ على العينة الموضوعية أن الباحث أخذ في اعتباره العنصرين الرئيسيين في العملية الإخراجية وهما: البنية والتصميم؛ لأن ترك عنصر منهما يجعل الدراسة قاصرة في تحقيق أهدافها.

(ب) عينة التحليل:

تعتمد هذه الدراسة على تحليل الصفحة الأولى (صفحة البدء) (Front Page)؛ وذلك نظراً لما تتميز به هذه الصفحة من استخدام جميع العناصر البنيائية (الأساسية،

(*) USA Today Newspaper, available online (URL) www.usatoday.com

(†) New York time Newspaper, available online (URL) www.nytimes.com

إخراج الصحف الإلكترونية **مقدمة الدراسة** والمساعدة، والتفاعلية)، من زاوية، وصعوبة متابعة التغير الناتج في الصفحات الداخلية والأولي في نفس الرقت من زاوية أخرى.

إلا أن هذا لا ينفي الرجوع إلي بعض الصفحات الداخلية، لاستيفاء بعض أوجه التحليل التي تحتاج إليها الدراسة. ولكن تبقى الصفحة الأولى هي الهدف الأساسي للتحليل والدراسة.

(ج) أسلوب التحليل:

يقصد الباحث بأسلوب التحليل طريقة سحب العينة، ولما كان يصعب استخدام أسلوب الحصر الشامل للمصحف الثلاث، فقد أثار الباحث استخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، واختار طريقة الأسبوع الصنهي المركب لسحب مقدرات هذه العينة، وهذه الطريقة تضمن تحقيق عدد من المزايا، منها:

١- ضمان تمثيل جميع أيام الأسبوع في العينة المختارة، علي أساس احتمال حدوث بعض التغيرات في طريقة العرض غير النمطية من يوم إلي آخر، بسبب طبيعة الأحداث.

٢- تحقيق نوع من الموضوعية والدقة عند المقارنة بين إخراج صحف الدراسة؛ فربما تغير إخراج صحيفة ما في يوم من أيام الأسبوع.

(د) وحدات القياس:

تتضمن مقاييس الدراسة أربع وحدات هي:

(١) التكرار:

يقصد به تكرار ورود بعض العناصر البنائية التي يصعب قياسها بوحدات القياس الدقيقة، وتشمل هذه العناصر النص الفائق، والوسائط الممتدة.

(٢) وحدات القياس المساحة:

تستخدم الدراسة مقاييس متعددة للمساحة منها:

- البوصة (Inch): تستخدم الدراسة مقياس البوصة لقياس مساحة الصور علي الصفحة.

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة

• النقطة (Point) : تستخدم الدراسة مقياس النقطة لقياس حجم الخطوط التي تستخدمها الصحف الإلكترونية.

• البيكسل (Pixel) تستخدم الدراسة مقياس البيكسل لقياس مساحة كل من الصور والخطوط التي تستخدمها الدراسة.

يتم قياس هذه الوحدات من خلال جهاز الكمبيوتر ؛ فبرامج الصور تتيح إمكانية قياس مساحة الصور بالبوصة والبيكسل معاً ، وبرامج النصوص وتصميم صفحات الويب تتيح إمكانية قياس حجم الخط .

(٢) وحدات لقياس الحجم :

وحدة البايت (Byte) ؛ وهي وحدة قياس حجم ملفات الكمبيوتر ، وتستخدمها الدراسة في قياس حجم ملفات الصور والفيديو والصوت الموجودة في صحف الدراسة ؛ وذلك من خلال الضغط علي خصائص الملف بالناحية اليمنى للفأرة فيظهر حجم الملف ونوعه .

(٤) مقياس التفاعلية :

تعتمد هذه الدراسة علي مقياس هير (Heeter:1989) لقياس تفاعلية الصحف الإلكترونية موضع الدراسة مع إجراء بعض التعديلات والإضافات علي هذا المقياس نظراً لاستحداث بعض العناصر التكنولوجية .

(ز) إجراءات القياس :

(١) البنية :

يشير مفهوم البنية إلي الوصول إلي نفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس علي نفس الأفراد في نفس المواقف أو الظروف^(*) ، ومن ثم فقد اعتمدت هذه الدراسة علي ثلاثة أشكال لقياس ثبات التحليل هي :

❖ **النهر الإلكتروني باستخدام الحاسب الآلي :**

(*) محمد عبد الحميد (٢٠٠٠) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة : عالم الكتب ، ص ٤١٩ .

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة
 استخدم الباحث الحصر الإلكتروني للعديد من مفردات الدراسة الخاصة بالمساحة
 (الطول × العرض) والحجم (حجم ملفات الكمبيوتر)؛ فقد استخدم الباحث
 الحاسب الآلي في حساب حجم ملفات الصور ومساحتها، وحجم الخطوط
 وأنواعها، وكذلك استخدم الحصر الإلكتروني في تحديد ورصد أنواع النص الفائق.
 بالإضافة إلى الاستخدامات السابقة فقد تم الاستعانة بالعديد من البرامج لتحديد
 نوعية الألوان المستخدمة في الدراسة ودرجاتها اللونية، فلم تكتف هذه الدراسة
 بالرصد الكيفي للألوان بل عمدت إلى استخدام الرصد الكمي لتحديد درجات اللون
 المستخدم بالطريقة السداسية العشرية (Hexadecimal).

❖ استخدام مقياس هولستي

لقد استعان الباحث بمقياس هولستي للوصول إلى ثبات مفردات التحليل؛ وذلك
 لأن هناك مفردات لم يشملها الحصر الإلكتروني؛ وشملت تلك المفردات الوسائط
 المتعددة، والمحددات، والعناصر البنائية التفاعلية، وذلك اعتماداً على المعادلة التالية:

$$\frac{٢}{٢ن + ١ن} = \text{معامل الثبات}$$

- حيث : م عدد الحالات المتفق عليها.
 ١ن عدد الحالات التي قام بترميزها المحكم رقم (١).
 ٢ن عدد الحالات التي قام بترميزها المحكم رقم (٢).
 وقد تم تطبيق هذه المعادلة لقياس ثبات استمارة التحليل

$$١٤٩ \times ٢$$

$$\text{معامل الثبات} = \frac{١٥٧ + ١٥٧}{١٤٩} = ٠,٩٥$$

حيث ١٥٧ عدد عينات الصحف التي خضعت للتحليل
 ١٤٩ عدد الحالات التي تم الاتفاق عليها.

تعتمد نسبة ثبات الدراسة نسبة مرتفعة يمكن الوثوق بها في ثبات المقياس، وبالتالي
 يمكن التمويل عليها في تعميم نتائجها على عينة الدراسة الزمنية والمكانية والموضوعية،
 بيد أن تعميم هذه النتائج على عينات زمنية لاحقة أمر لا تفره الدراسة؛ نظراً لدخول

إخراج الصحف الإلكترونية مقدمة الدراسة
عناصر بنائية عديدة علي بيئة الإنترنت من زاوية ، وتحديث سرعة الاتصال بالإنترنت
من زاوية أخرى ؛ مما يؤثر علي تقنية التصميم والإخراج ذاتها التي تنسم بالمرونة وفقا
للعوامل التكنولوجية التي تؤثر فيها .

(٢) الصدق

تم تطبيق مقياس الصدق علي أداة تحليل الشكل من خلال مراجعتها مع مجموعة
من المتخصصين في مجال تكنولوجيا الاتصال عبر البريد الإلكتروني ، وقد تم تعديل
فئاتها وفقا لإرشاداتهم ، علاوة علي هؤلاء المتخصصين في تكنولوجيا الاتصال فقد
تمت الاستعانة ببعض أساتذة الإعلام في الجامعات المصرية^(*) .

أما فيما يخص أداة الاستبيان الإلكتروني، فقد تم تطبيق معايير الصدق عليها من
خلال تعليق الست وعشرين محكماً علي الاستبيان ذاته .

أما مقياس التفاعلية ؛ فقد تمت إرسال فئاته ثلاث مرات إلي كاري هير (Carrie
Heater) (واضعة مقياس التفاعلية) بعد إجراء التعديل علي تلك الفئات ، إلا أنها لم
ترسل تعليقاتها علي تلك الفئات .

(*) أسماء السادة محكمي استمارة التحليل :

- ١) إبراهيم المسلمي : أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة الزقازيق .
- ٢) أسما حسين حافظ : أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة الزقازيق .
- ٣) سعيد مجيدة أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب جامعة الزقازيق . =
- ٤) = شريف درويش اللبان أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
- ٥) عبد الفتاح عبد النبي : أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الزقازيق .
- ٦) نجوي عبد السلام فهمي أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب جامعة عين شمس .

الباب الأول

المناصر البنائية

الباب الأول: العناصر البنائية

يقصد بالبناء (Structure) الهيكل العام للمصفحة بكل ما فيها من عناصر مرئية ومسموعة ومرئية مسموعة ؛ فالصور الثابتة، والرسوم المتحركة، والنصوص، والألوان والوسائط الفائقة، وحركات البحث، يمكن أن يطلق عليها عناصر مرئية، كما يمكن أن يطلق علي لقطات الفيديو بأنها عناصر مرئية مسموعة، وقد يطلق علي الصوت بأنه عنصر مسموع.

سبب أن هذا التصنيف لا يتضمن الكثير من العناصر البنائية التي يصعب تصنيفها وفقاً للثلاثية السابقة، فلا يمكن أن نحدد أياً من حجر الثروة والمتنديات علي أنها عنصر مرئي أو مسموع أو مرئي مسموع، لذا فقد تم تقسيم العناصر البنائية التي تحتوي عليها الصفحة إلي العناصر التالية، والتي خصص لكل منها فصلاً كاملاً وهي:

أولاً:- العناصر البنائية الأساسية:

وهي التي تستخدمها الصحف الإلكترونية في تقديم موادها إلي المستخدم ؛ وتتميز بأنها عناصر ذات دلالة، تستخدم في نقل المضمون إلي المستخدم وهذه العناصر هي :

- العناصر البنائية التقليدية: (النصوص، والصور الثابتة).
- الوسائط المتعددة [Multimedia]: وتشتمل علي الصوت [Audio]، ولقطات الفيديو [Video]، والرسوم المتحركة (Animations).
- الوسائط الفائقة [Hypermedia]

ثانياً:- العناصر البنائية المساعدة:

وهي التي تستخدمها الصحف الإلكترونية لتدعيم العناصر السابقة إذ لا تحتوي علي معلومات في حد ذاتها إنما تستخدم للتأكيد علي العناصر الأساسية ؛ وهذه العناصر هي :

- الألوان
- الحدود والفواصل

ثالثاً:- العناصر البنائية التفاعلية:

تتميز هذه العناصر بتفاعلية المستخدم معها ؛ وتعد لصيقة الصلة بالوسيلة الجديدة ؛ ويمكن تقسيمها إلي نوعين :

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

- **تفاعلية تواصلية :** وهي التي يتواصل من خلالها المستخدم مع الآخرين وتشتمل على : البريد الإلكتروني [E-mail] ، وحجبر الثثرة [Chat Room] والمشتديات [Forums] ، واستفتاءات الرأي العام [Polls] .
- **تفاعلية معلوماتية :** وهي التي تخدم المستخدم بالمعلومات التي يريدتها وفقا لاختياره وتشتمل على : محركات البحث [Search Engine] ، والأرشفة (Archiving) وخريطة الموقع [Site Map] .

الفصل الأول: العناصر البنائية الأساسية

المبحث الأول: العناصر البنائية التقليدية

المبحث الثاني: الوسائط الفائقة (النص الفائق)

المبحث الثالث: الوسائط المتعددة



الفصل الأول

المناصر البنائية الأساسية

يقصد بالمناصر البنائية الأساسية الأدوات التي تحتوي علي معلومات دلالية تعتمد عليها الصحف الإلكترونية في تقديم المضمون إلي المستخدم، وقد تم تقسيمها إلي ثلاثة عناصر شغل كل عنصر مبحثًا خاصًا به :

تناول المبحث الأول : المناصر البنائية التقليدية، وهي العناصر التي ورثتها الصحافة الإلكترونية من نظيرتها الورقية المتمثلة في النصوص والصور الثابتة، ومثلما ورثت الصحافة الإلكترونية هذه العناصر من الصحافة الورقية ورثت معها بعض قواعدها المتعلقة بوضعية هذين العنصرين علي الصفحة من زاوية، ومن زاوية أخرى فأنها لم تقبل كل قواعد الصور والنصوص ؛ إنما عدلت في بعضها، وقدمت قواعد جديدة تتواءم مع المستحدثات التكنولوجية، وهذه القواعد وتلك التعديلات والإضافات يقدمها هذا المبحث بالتطبيق علي صحف الدراسة لرصد تطبيق الصحف الإلكترونية للقواعد العلمية في تعاملها مع هذين العنصرين .

بينما تناول المبحث الثاني : الوسائط المتعددة (الرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو) بوصفها عناصر إلكترونية جديدة علي الصحف الإلكترونية، فعلي الرغم من أن هذه العناصر لصيقة الصلة بالراديو والتلفزيون والسينما إلا أنها صكت بصيغة الوسيلة الجديدة التي تكتنفها - الإنترنت -، فقيود بطة الاتصال فرضت علي هذه العناصر قيودا شديدة جعلتها تبدو شبه متغية في الصحف الإلكترونية إلا في الأحداث، الدولية والمحلية غير المتكررة، وهذا ما يوضحه المبحث الثاني من خلال رصده لاستخدام هذه الوسائط في صحف الدراسة .

أما المبحث الثالث : فقد تناول الوسائط الفائقة (النص الفائق) بوصفه الصفة المميزة للإنترنت، فقد أسهم النص الفائق في قلب العديد من النظريات الإبداعية والاتصالية التي قدست دور الكاتب بوصفه الوحيد القادر علي إنتاج النص ليحل مبدأ المشاركة (Co-author) في إنتاج النص بين القارئ والكاتب، كما أسهم النص الفائق في طرح العديد من المسارات والبدايل أمام القارئ التي يمكن أن يسلكها في مطالعته

إخراج الصحف الإلكترونية الطاب الأول
للمضمون ، ولم يكتف النص الفائق بذلك بل بامتزاجه بالرسوم الجرافيكية انتج
الرسوم الجرافيكية الفائقة التي عدلت من الشكل الجمالي لصفحة الويب ، كما أسهم
النص الفائق في تقسيم النص المقدم إلى القارئ حسب خبرته الثقافية ، كل هذه
المميزات جعلت من الصحافة الإلكترونية صحافة فائقة (Hyper journalism)
تحتوي على العديد من الوسائط المتعددة الممزوجة بالوسائط الفائقة .

المبحث الأول

العناصر البنائية التقليدية

أطلق الباحث علي النصوص والصور الثابتة العناصر البنائية التقليدية، لأن الصحافة الإلكترونية ورثتهما عن الصحافة الورقية عندما انتقلت إلى الإنترنت، فلا يمكن تصور أي صحيفة سواء أكانت ورقية أم إلكترونية بدون إحدى هذين العنصرين، إلا أن هذين العنصرين قد تأثرا بقواعد ومتطلبات الوسيلة الجديدة ولم ينقلا كما هما بل خضعا للمتطلبات البصرية والتقنية للوسيلة الجديدة، وهو ما أظهرته دراسات سابقة عديدة في هذا المجال، وتعرض فيما يلي لمدى إفادة صحف الدراسة من تلك القواعد علي مستوي النصوص والصور الثابتة.

أولاً: النصوص:

علي الرغم من احتواء الإنترنت علي عناصر بنائية ذات مقدرة عالية علي نقل المضمون إلي القارئ في يسر وسهولة إلا أن النص مازال في المركز الأول في اعتماد الصحف عليه في بنائها الشكلي والدلالي^(*).

يحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة علي: العناوين، والمقدمات، والجسم؛ ولكل نوع من الثلاث قواعد تحكم حركته داخل البناء الشكلي للصحيفة والمتعلقة في الإنقرائية (Readability)، فالمخرج يهدف من وراء الإنقرائية تقديم شكل يريح القارئ بصرياً ونفسياً لتحقيق التوافق بين الشكل والمضمون، وتحديد

(*) يرجع من وجهة نظرنا اعتماد الصحف علي النصوص في بنائها الشكلي المقدم إلي القارئ، وشجرتها الدلالية المتمثلة في فئوتها الصحفية إلي جملة من الأسباب: بعضها يخص عاداتنا الثقافية، وبعضها الآخر يخص البعد التقني، فلقد اعتاد القارئ علي الثقافة الورقية منذ ميلاده، فرضت عليه هذه العادة طقوساً لا يمكن أن يتخلى عنها بسهولة، فالنص من وجهة نظر القارئ يمثل قذاة الكلمة وهو دائماً ما ينظر إلي الصورة -عكس المتوقع- بالشك والريبة، فالنص يترك له مساحة تقبلية، أما البعد التقني فمن غير المنطقي أن تحتوي الصحيفة علي صور ثابتة ورسوم متحركة ووصلات صوتية ولقطات فيديو دون روابط نصية، ليتمكن الاستغناء عن بعض هذه العناصر ليحل محله عنصر آخر، بيد أنه لا يوجد عنصر من تلك العناصر يمكن أن يحل محل النص.

إخراج الصحف الإلكترونية قلب الأول
أروقة الدخول إلي النص من خلال العناوين الأساسية والفرعية والمقدمات لتقلل
القارئ في يسر وسهولة بين ثنايا النص أثناء القراءة.

ولقد اتفق علماء التبوغرافيا حول معنى الإنقرائية، فهم يرون أنها "تشير إلى
سهولة قراءة العين للنص"، بيد أنهم اختلفوا حول أبعادها فقد رأى
(Goetze:1998) أن هناك ستة عوامل تؤثر علي الإنقرائية هي: وضع النص في الجهة
الافتراضية للغة - محاذاة النص ناحية اليسار في اللغة اللاتينية، وإلى اليمين في اللغة
العربية - ونوع الخط، وطول السطر، والمسافات بين النصوص والهوامش، والتباين،
واستخدام النص القيادي (Leading text) - مثل العناوين والمقدمات - بخط أكبر من
النصوص^(*)، في حين رأى (Lauren & e.al, 1999) أن هناك سبعة عوامل تؤثر
علي الإنقرائية هي الخلفيات، والأماميات (Foreground) والتباين، والتناقض التام
(Polarity)، ونوع الخط، والبياض بين السطور، واتساع الهوامش^(†)، أما
(Ahumada:1999) فقد رأى أن الإنقرائية تتأثر بالخلفيات والأماميات، وتباين
الألوان وتناقضها^(‡).

بينما رأت دراسة (WRI's Web design standards 2002) أن الإنقرائية
تشكل من خلال التباين، والخلفيات، وحجم الخط ونوعه، ومحاذاة الخط في الجهة
الافتراضية للغة^(§)، أما دراسة (Lynch and Horton: 2002) فقد رأت أن أبعاد
الإنقرائية هي: المحاذاة، ونوع الحرف، وطول السطر، وحجم الحرف، والمسافات
البيضاء، والتأكيدات (الخط المائل، والعريض، ووضع خط تحت الكلمة، ولون
النص)^(**).

(*) Goetze, E. (1998, February 5) "Making Web Text Easy on The Eyes", Avatar
magazine, available online (URL) <http://www.avatarmag.com/columns/ui/def/vult.htm>

(†) Lauren F. V. & e.al, (1999) "Discriminability Measures for Predicting Readability"
Presented at the 1999 IS&T; / SPIE Electronic Imaging Symposium, January 24-
29, San Jose, CA. & Published in B. E. Rogowitz and T. N. Pappas, eds., Human
Vision and Electronic Imaging I, SPIE Proc. Vol. 3644, paper 27, 1999. Available
online (URL) <http://hubel.sfasu.edu/research/spic99.html>

(‡) POC: A. Ahumada, IHH (1999) "Text Readability on Textured Backgrounds"
available online (URL) <http://vision.arc.nasa.gov/personnel/al/rnt/ty99/99rnt.htm>

(§) WRI's Web design standards (2002) "Page and site design: Legibility" available
online (URL) http://www.dooleyonline.net/standards/pagesite_legibility.cfm

(**) Lynch and Horton (2002) "Web Style Guide: Legibility" available online (URL)
<http://www.webstyleguide.com/type/legible.html>

إخراج الصحف الإلكترونية

القلب الأول

من الطرح العام حول الإنقرائية يتبين أن هناك اتفاقاً شبه عام حول أبعاد معينة هي: نوع الخط، وطول السطر، والمسافات البيضاء بين السطور، والخلفيات والأماميات، والتباين، غير أننا نختلف مع كل هذا، فبما أن الإنقرائية ترتبط بالنص أساساً فهي ترتبط بالبنية الأساسية للنص وهي الحرف وما يمت له بصلة مثل: نوع الخط وحجمه واتساع السطور، أما المؤثرات غير النصية مثل: الخلفيات، والأماميات، والتباين فهي مرتبطة بالألوان ومن ثمة فهي ترتبط بالمقرئية (Legibility) والسرورية (Visibility)، واللذان يأتي ذكرهما في المبحث الخاص بالألوان، وعلي هذا الأساس، فإننا نركز في هذا البحث على نوع الخط وحجمه واتساع السطر، علاوة على النص القيادي.

(أ) نوع الخط

تتيح تكنولوجيا الإنترنت لصفحة الويب أن تضع مجموعة من الخطوط في صفحاتها، ويقوم مستعرض الويب بالبحث في هذه الخطوط بترتيب كتابتها، وإذا لم يدعم المستعرض هذه الخطوط يقوم بوضع الخط الافتراضي بدلاً من هذه الخطوط (*).

كما يبدو أن صحيفتي الأهرام والجمهورية لم تفيدا من تلك التقنية؛ فقد اكتفت صحيفة الأهرام بمرض خط واحد فقط على مستوي صفحاتها هو خط Arial (Arabic)، كما هو موضح من خلال كود لغة (HTML) التالي: (* FONT face="Arial (Arabic)"

(*) يشير استخدام مصطلح شكل الحرف Typefaces إلى البحوث التي تناول الصحافة الورقية، فشكل الحرف استمر وجوده في الأدبيات البحثية الخاصة بالإخراج الإلكتروني نتيجة أن القائمين على هذه الأبحاث معظمهم من الجغرافيين الذي قاموا بدراساتهم على الصحافة الورقية، بيد أن مصطلح الكمبيوتر يشير إليها على أنها خطوط Fonts، فالكمبيوتر والإنترنت ولغات البرمجة ومصطلحاتها تتعامل مع الحروف على أنها خطوط، لذا فإن دراستنا هذه تستخدم مصطلح الخطوط بدلاً من الحروف سواء أكان ذلك في تناول شكل الحرف Typefaces أم حجمه Type Size.

(*) محمد محمد أبو العطا (٢٠٠٠)، المرجع الأساسي لاستخدام HTML، القاهرة: كمبيوتر ساينس العربية لعلوم الحاسب، ص ١٨٣.

See: Lynch and Horton (2002) "Web Style Guide: typefaces" available online (URL) <http://www.webstyleguide.com/type/face.html>

(*) للتأكد من تلك المصنفة نضغط على زر الفأر الأيمن ونختار من القائمة المنسدلة View source الذي يمرض الأكواد المستخدمة في بناء صفحة Html.

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول
الخط الافتراضي في تقديم نصوصها .

كما بينما أفادت صحيفة النيويورك تايمز ، من تقنية الويب في وضع عناوينها الثابتة
(عنوان أبوابها وتقسيمات الصحيفة) في مصفوفة هي :

(FONT face="arial, helvetica, sans-serif") ووفقا لتلك المصفوفة يقوم
مستعرض الإنترنت بالبحث في الخطوط الموجودة لديه ومدي توافقها مع خطوط
الصفحة بالترتيب ، فإذا ما وجد خط (Arial) فيقوم بعرضه مباشرة ، وإذا لم يجده
يقوم بعرض خط (Helvetica) إذا ما وجد ، فإن لم يجده يقوم بعرض خط (Sans-
Serif) ، وإذا لم يجد الأخير فإن المستعرض يقوم بوضع خط افتراضي من عنده .

كما استخدمت صحيفة النيويورك تايمز مصفوفة أخرى لعناوينها المتغيرة ،
ومقدماتها ونصوصها هي : خط Times New Roman ، وخط Times وخط
Serif ، وقد اتبعت الصحيفة هذا الخط في كل صفحاتها فيما عدا صفحة واحدة
استخدمت فيها الصحيفة مصفوفة جديدة بالإضافة إلي المصفوفتين السابقتين
استخدمت فيها الصحيفة خط (times) وخط (New roman) ؛ وذلك لتمييز خبر
واحد في بداية الصفحة ⁽¹⁾ .

كما أما صحيفة النيو أس آيه توداي فلم تستخدم سوي مصفوفة واحدة لكل
عناوينها ونصوصها هي المصفوفة التي سبق وأن استخدمتها صحيفة النيويورك تايمز
لتمييز بها عناوينها الثابتة وهي : خط (Arial) ، وخط (Helvetica) وخط (Sans-
Serif) .

يؤثر نوع الخط علي إقترائته ، فقد أوضحت الدراسات بصفة عامة أن الخطوط
التي لا تحتوي علي زوائد (Sans-Serif) أفضل في قراءتها من تلك التي تحتوي علي

(1) من هذه الدراسات :

Web Page Legibility (2002) "Web Page Legibility" available online (URL)
<http://www.rationalchristianity.net/usability/legibility.html>
Educational Web site designers (2002) "Text Readability: Type Font "available online
(URL) <http://edtechfm.sdsu.edu/bhoffman/type/font/intro.htm>
Thomas S. Tullis, Jennifer L. Boynton, & Harry Hersh (2002) Readability of Fonts in
the Windows Environment , available on line (URL)
<http://www.acm.org/sigchi/ch195/Electronic/documents/top.html>

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

زوائد^(*)، أما الدراسات التفصيلية فقد أوضحت أن خط (Arial) هو أفضل الخطوط من ناحية إنقراءته، إلا أن هذه الدراسة (rnard:2002eB) ربطت الخط بالحجم، فقد رأت أن خط (Arial) أفضل في الخط الذي حجمه ١٤ نقطة، بينما رأت أن خط (Verdana) أفضل في الخط الذي حجمه ١٢ نقطة، كما رأت أن خط (Times New Roman) هو الأسوأ سواء أكان ذلك في الخطوط الكبيرة أم الصغيرة^(*)، وجاءت هذه الدراسة مؤكدة لدراسات سابقة تسري أن خط (Verdana) هو الأفضل في قرأته - إلا أن هذه الدراسة لم تضع الحجم كمعيار ضمن متغيراتها - وقد تطابق في أن خط (Times New Roman) هو الأسوأ بالنسبة للشاشة^(*).

يمكن القول بناء على القاعدة السابقة أن خط (Arial) هو الأفضل بالنسبة للمعايير والمقدمات أما (Verdana) فهو الأفضل بالنسبة للنص المستمر، هذه القواعد تصدق على الخطوط الإنجليزية ولا تصدق على الخطوط العربية، فلم يثر الباحث على دراسة عربية أوضحت أفضلية الخطوط العربية على الإنترنت ولا حتى الصحف الورقية.

أفادت صحيفة يو أس آيه توداي من هذه القاعدة، فقد استخدمت خط (Arial) - الذي لا يحتوي على زوائد - في كتابة كل صفحاتها، أما صحيفة النيويورك تايمز فقد ألقت بهذه القاعدة عرض الحائط واستخدمت خط (Times NR) في كتابة نصوصها، أما مقارنة خطوط اللغة العربية بالخطوط اللاتينية واعتبار أن خط (Arial) هو أفضل الخطوط فهذا ضرب من التخمين لا يقبله البحث العلمي، فهذا الموضوع يحتاج إلى دراسة لتؤكد أو تنفيه.

(*) تناول هذا الخبر مطالبة الرئيس الأمريكي بوش بانهحاب القوات الإسرائيلية. الغريب أن هذا الخبر ليس به جديد يحتاج إلى فيز، المهم أن الصحيفة لم تلجأ إلى هذه الصفوة مرة أخرى بعد هذا الخبر على مدى فترة الدراسة. انظر عدد ٢٠٠٢ / ٤ / ٧.

(*) Michael Bernard, Chia Hui Liao & Melissa Mills (2002) "The Effects of Font Type and Size on the Legibility And Reading Time of Online Text by Older Adults" Software Usability Research Laboratory, Department of Psychology, <http://psychology.wichita.edu/hci/projects/elderly.pdf>

(*) Plain words LTD (2001) "Web Readability" One of a Series Article from Plain Words. Available on line (URL) http://www.plainwords.co.uk/WWweb_readability.pdf

علمي الرغم من اختلاف صحف الدراسة حول نوع الخطوط المستخدمة وعددها إلا أنها اتفقت حول قاعدة عدم الإسراف في استخدام الخطوط، فالقاعدة العامة في التصميم تري أن استخدام أكثر من ثلاثة خطوط في الصفحة يجعل الصفحة مبهرجة بدون داعي مما يُصعّب عملية القراءة^(*)، ولا يعني هذا أن تركز الصحف إلي هذه القاعدة وتستخدم أدنى حد من الخطوط، فيمكن أن تستغل هذه الخطوط المتباينة في عمل توازن بين العناصر البنيائية المختلفة مما يساعد علي قتل رتابة النص، فمن وجهة نظرنا أخفقت صحف الدراسة حينما استخدمت خطأ واحداً فقط في تقديم توصفها وعناوينها، وكان يجدر بها أن تستخدم خطين إضافيين لتحقيق التباين بين العناصر البنيائية المختلفة.

ثمة قاعدة أخرى لاتساق الرؤية (Visual enttConsis)، تري أنه يجب أن تستخدم الصحيفة نفس عائلة الحروف لخلق وحدة الرؤية (Visual unity) في الصفحة؛ فيجب أن تستخدم نفس عائلة الحروف في العناوين، وقوائم التصوص (text forms) والأزرار (buttons) والقوائم (menu) الخاصة بغير محدد^(†) وقد نما هذا المنحني كل صحف الدراسة، بينما خرجت صحيفتا الجمهورية واليو أس آيه توداي عن هذه القاعدة في العنوان الرئيسي فقط، فقد استخدمت جريدة الجمهورية الصورة في عنوانها الرئيسي للأخوذة من الصحيفة الورقية، لكي تحقق الربط بين الصحيفة الورقية والصحيفة الإلكترونية، وسلكت صحيفة اليو أس آيه توداي نفس المسلك فقد قدمت عنوانها الرئيسي علي شكل صورة أيضا، ولا يدري الباحث لماذا لجأت صحيفة اليو أس آيه توداي إلي هذا الإجراء؟ فالخط الذي استخدمته الصحيفة متوافر ضمن الخطوط التي تدعمها مستعرضات الإنترنت، علاوة علي ذلك، فالخط الذي استخدمته الصحيفة لا يحتوي علي ميزة جمالية أو فنية.

لم تفرق صحف الدراسة الأربع في استخدامهما للخطوط بين العناوين والمقدمات والجسم بل استخدمت لكل هؤلاء نمطا واحدا من الخطوط هو خط Arial (Arabic)

(*) Ameritech Corp (1998). "Ameritech Web Page User Interface and Design Guidelines:" available online (URL)
http://www.ameritech.com/corporate/testtown/libaray/standard/web_guidelines/te
xt.html

(†) Ibid, available online (URL)
http://www.ameritech.com/corporate/testtown/libaray/standard/web_guidelines/te
xt.html

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
في صحيفة الأهرام والخط الافتراضي في جريدة الجمهورية، بينما استخدمت صحيفة
النبيورك تايمز خط (Times New Roman)، واستخدمت صحيفة البو أس آيه
توداي خط (Arial).

(ب) حجم الخط:

يمثل حجم الخط إشكالية في تحديد قيمته الحقيقية، فصفحات الإنترنت تستخدم
مقاييس نسبية في تحديد أحجام الخطوط لا تتطابق في بعض الأحيان مع بعضها
البعض، ويزيد هذه الإشكالية تعقيدا عدم تدعيم المستعرضات لبعض أحجام
الخطوط، واختلاف أحجام الخطوط نتيجة لتغير تباين الشاشة، كما يلاقي حجم الخط
إشكالية أخرى تتعلق بتحديد الحجم المثالي للخط، وبناء عليه يتم التركيز في أحجام
الخطوط على نقطتين، أولهما: المقاييس التي تستخدمها الإنترنت بصفة عامة
وصحف الدراسة بصفة خاصة في تحديد حجم الخط، ثانيهما: الحجم المثالي للخط.

(١) مقاييس أحجام الخطوط

هناك أكثر من طريقة لقياس حجم الحروف التي يمكن أن تستخدمها الصحف
الإلكترونية على الإنترنت ووحدات حجم الخط هي :

جدول (٢) يوضح وحدات قياس الخطوط

وحدة القياس	الاختصار	معادلة الوحدة بالبوصة
البوصة	IN	١,٠٠
الببكا	PC	٦,٠٠
المليمتر	MM	٢٥,٤٠
السم	CM	٢,٥٤
النقطة	PT	٧٢,٠٠
الببكل	PX	١٨٠

(*) يعتمد حجم الببكل على درجة تباين الشاشة Resolution : لأن نطاق شاشة الكمبيوتر يقع عادة بين
٧٢ إلى ١٥٠ ببكل في البوصة (Pixels Per Inch PPI)، ويمكن معرفة كم ببكل في البوصة في
شاشة أجهزة الكمبيوتر من لوحة التحكم Control panel، وذلك بالضغط على أيقونة الشاشة
Display، ثم اختيار إعدادات الشاشة Settings ثم الضغط على زر advanced فيوضح كم ببكل
في الشاشة، وهي عادة ما تكون في وضع افتراضي بالنسبة للحروف الصغيرة ٩٦ ببكل في البوصة،

إخراج المصنف الإلكتروني الهدف الأول

تقدم صفحات الويب أحجام خطوطها بأحادي طريقتين، الأولى: تقنية صفحات الأنماط المتتابعة (Cascading Style Sheet)، الثانية: لغة HTML، وكل نوع من الاثنين العديد من الأساليب التي يتبعها في تقديم أحجام خطوطه، ولكل أسلوب من هذه الأساليب ما يميزه عن غيره، وهم كما يلي:

(١/١) تقنية الأنماط المتتابعة

من أكثر الأساليب التي تستخدمها مواقع الشبكة العالمية في تقنية الأنماط المتتابعة (CSS) الأساليب التالية :

وبالنسبة للخطوط الكبيرة ١٢٠ بيكسل في البوصة وهي مضبوطة علي الوضع الافتراضي الأول ٩٦ بيكسل في البوصة. والنقطة Point كما هو موضح في الجدول تساوي ١/٧٢ من البوصة، وهذا يعني أن البيكسل يساوي نقطة واحدة إذا ما كان وضع الشاشة ٧٢ بيكسل في البوصة، بيد أن تساوي = النقطة مع البيكسل يختلف باختلاف وضع الشاشة؛ فإذا ما كانت وضع الشاشة مضبوط علي ٩٦ بيكسل في البوصة؛ فهذا يعني أن النقطة تساوي ١,٣٣٣ بيكسل، وإذا ما كان وضع الشاشة مضبوط علي ١٢٠ بيكسل في البوصة؛ فهذا يعني أن النقطة تساوي ١,٦٦٧ بيكسل. ثمة قاعدة تحكم هذه العلاقة تنلخص في الصيغة التالية: $A = (B/72)$: حيث إن A هي حجم الخط، B تعني تباین الشاشة، فعملي سبيل المثال:

إذا ما كانت $A = ١٢$ و $B = ٧٢$ فإن في هذه الحالة النقطة تساوي البيكسل $١٢ = ١٢$

أما إذا كانت $A = ١٢$ و $B = ٩٦$ فإن الخط يساوي ١٦ بيكسل

أما إذا كانت $A = ١٢$ و $B = ١٢٠$ فإن الخط يساوي ٢٠، وبناء عليه يمكن معايرة البيكسل بالنقطة أو النقطة بالبيكسل.

وهذا يعني أن هناك علاقة عكسية بين تباین الشاشة وحجم الحرف بالنقطة؛ فإذا ما كان تباین الشاشة كبيراً كان حجم الحرف بالنقطة صغيراً والعكس صحيح.

اعتمد الباحث في تقديم هذه الشروح علي:

CSS Pointers Navigation (2002) Basic "old timers" typesetting practices, ch.1, available online (URL) <http://css.nyu/articles/typography1-en.html>
Todd Fahrner (2002) Toward a standard font size interval system, available online (URL) http://style.cleverchimp.com/font_size_intervals/altintervals.html
The relationship between FONT SIZE and physical type size
<http://www.macalester.edu/cit/docs/html/docs/mcomposfont.pdf>

النسب الخوية : تستخدم صفحات الإنترنت النسب الخوية في تحديد أحجام الخطوط وهو ما يوضحه الكود التالي:

```
<style
type="text/css">
h1 {font-size: 200 %}
h2 {font-size: 150 %}
p {font-size: 100 %}
</style>
```

شكل (١) يوضح: النسب الخوية و تحديد حجم الحروف

في هذا النوع يكون حجم الخط الافتراضي ١٢ نقطة، وهذا يعني أن الخط الرئيسي (H1) يساوي الخط الافتراضي مرتين أي يساوي ٢٤ نقطة، والعنوان الثاني الرئيسي (H2) يساوي الخط الافتراضي مرة ونصف أي يساوي ١٨ نقطة، ويميز هذا الأسلوب إمكانية تقديم خط كبير بالدرجة التي نريدها .

تقسيم الخط حسب الحجم:

تقسيم الخطوط في هذا النوع من حيث الحجم إلى سبعة أنواع وهي : (صغيرة Small، وصغيرة جداً X-small، ومتناهية الصغر XX-small، ومتوسطة Medium، وكبيرة Large، وكبيرة جداً X-large، وكبيرة للغاية XX-large) (*)، ويتم كتابة كود الخط بالشكل التالي داخل لغة HTML :

```
<style type = text/css>
{font-size: large;}
</style>
```

شكل (٢) يوضح: تقسيم الخط حسب الحجم

(*) World Wide Web Consortium, (Massachusetts Institute of Technology, Institut National de Recherche en Informatique et en Automatique, Keio University). (2002) Font, available online (URL) <http://www.w3.org/TR/1998/REC-CSS2-19980512/fonts.htm>

(*) قام الباحث بقياس تلك الخطوط فالتضح أن الخط رقم ١ = ٧، ٥ نقطة، والخط رقم ٢ = ١٠ نقاط. والخط رقم ٣ = ١٢ نقطة، والخط رقم ٤ = ١٣، ٥ نقطة، والخط رقم ٦ = ١٨ نقطة، رقم ٧ = ٢٤ نقطة، والخط رقم ٨ = ٣٦ نقطة.

إخراج الصحف الإلكترونية الكتاب الأول

(١/٢) لغة (HTML):

تقدم لغة (Html) المديد من الأساليب التي تساعد في تحديد حجم الخطوط، منها:

التقسيم الأفقي:

تقدم لغة HTML اثني عشر حجماً للخطوط هي من (٦+) إلى (٦-) وبعد حجم الخط (٦+) الأكبر أما (٦-) فهو الأصغر (*)، ومن الغريب أن مستعرضي إنترنت إكسبلورر ونسكيب كومنيكتور لا يدعمان بعض أحجام الخطوط، فهذان المستعرضان يدعمان أحجام الخطوط كما في الجدول التالي:

جدول (٢) يوضح تقسيم حجم الخط في مستعرضي إكسبلورر ونسكيب

بالخط ١٠	حجم خط HTML	٦-	٥-	٤-	٣-	٢-	١-	١	٢	٣	٤	٥	٦
إنترنت إكسبلورر	٨	٨	٨	٨	٨	٨	١٠	١٤	١٨	٢٤	٣٦	٣٦	٣٦
نسكيب كومنيكتور	٨	٨	٨	٨	٨	٨	١٠	١٤	١٨	٢٤	٣٦	٣٦	٣٦
الحالة	غير مدعوم من المستعرضين												غير مدعوم

التقسيم العمودي:

وضعت لغة Html هذا التقسيم للعناوين وهو يتكون من منظومة العناوين التي تبدأ من <H1> الأكبر انتهاء بـ <H6> (*).

التقسيم الجانبي:

وضعت لغة Html هذا التقسيم للنصوص، وهو ما يقع بين الكودين التاليين:

(*) Joe Burns, (2002) Basic HTML: Primer #3Manipulating Text, available Online (URL) http://www.htmlgoodies.com/primers/primer_3.htm

(*) قام الباحث بقياس تلك الخطوط فأتضح أنها كالآتي: <h6> = ٧,٥ نقطة، <h5> = ١٠ نقاط، <h4> = ١٢ نقطة، <h3> = ١٣,٥ نقطة، <h2> = ١٨ نقطة، <h1> = ٢٤ نقطة.

إخراج الصحف الإلكترونية

إخراج الصحف الإلكترونية

`` و `` يتناسب هذا التوزيع مع تقسيم الخط حسب الحجم في تقنية الأنماط المتتابعة (CSS)، فالخط ذو الحجم (١) يتساوى مع الخط الصغير في تقنية (CSS) بواقع ٥, ٧ نقطة، والخط ذو الحجم (٧) يتناسب مع الخط الكبير للغاية بواقع ٣٦ نقطة.

تباينت صحف الدراسة في استخدام مقاييس أحجام الخطوط، فقد استخدمت جريدة الأهرام لغة HTML في تحديد عناوينها ونصوصها مستخدمة التقسيم السداسي في عرض عناوينها الرئيسية، فقد استخدمت الكود التالي في تقديمها `<h3>` وهذا يعني أن الصحيفة عرضت عناوينها الرئيسية بواقع ٥, ١٣ نقطة، أما عناوينها المجمعة فقد استخدمت لها التقسيم الثنائي العشري لعرضها مستخدمة أدنى خط، فقد قدمتها بكود `` وهو أدنى خط بواقع ٥, ٧ نقطة، غير أنه كان يجدر بالصحيفة أن تستخدم خطاً أكبر لهذه العناوين، فهذه العناوين أقل من متون العناوين الرئيسية، فقد تركت الصحيفة للمستعرض تحديد حجم متون النصوص الرئيسية، وعادة ما يقدم المستعرض حجماً افتراضياً لها قدره اثنتي عشرة نقطة.

أما صحيفة الجمهورية فقد استخدمت تقنية (CSS) في تحديد حجم خطوطها؛ فقد استخدمت خط إحدى عشرة نقطة للعناوين الرئيسية والمجمعة والمتن، وخط عشرة نقاط لتقديم تعليق الصور، وتاريخ العدد، والعناوين المجمعة التي تأخذ شكل عمود طولي يسار الصفحة والتي تحمل عنوان (اقرأ اليوم).

في حين استخدمت صحيفة الشيوبيورك نايمز لغة (HTML) في تحديد أحجام خطوطها، إلا أنها لم تركز إلى أسلوب واحد؛ فقد استخدمت الأسلوب السباعي وبالتحديد كود `<FONT-SIZE=1>` في تقديم أسواب الصحيفة وتقسيماتها، وتاريخ التحديث، وتعليق الصور، وهذا الكود يساوي ٥, ٧ نقطة، بينما استخدمت الأسلوب الاثني عشري وبالتحديد كود `<FONT-SIZE=+1>` لتقديم عناوينها الرئيسية بواقع ٥, ١٣ نقطة، واستخدمت كود `<FONT-SIZE=1>` لتقديم بعض عناوينها المجمعة في العمود الأيمن بواقع ١٠ نقاط، أما نصوص الصحيفة وبقية عناوينها المجمعة فقد تركت تحديدها للمستعرض الويب.

بينما استخدمت صحيفة يو أس آيه توداي مقارنات البكسل في قياس حجم خطوطها من خلال تقنية (CSS)، فهي تقسم عناوينها إلى أربع فئات:

إخراج الصفح الإلكترونية الباب الأول
أولها : تبويب الصحيفة : والذي يضم عناوين (الحياة، المال، والأخبار، والرياضة، والتكنولوجيا، والطقس) وتقدمه الصحيفة علي هيئة نص فائق يأخذ اللون الأزرق في الجانب الأيسر من الصفحة، وهو ما يعبر عنه بهذا الكود <FONT-SIZE: 16px>، وهذا الكود يساوي قرابة ١٢ نقطة، ثانيها : العناوين الرئيسية : وهي ما يعبر عنها بهذا الكود <FONT-SIZE: 21px> ويساوي قرابة ١٦ نقطة، ثالثها : العناوين الجانبية وهي العناوين التي توضع موازية لأسم الصحيفة ويعبر عنها بالكود التالي <FONT-SIZE: 16px> ويساوي ١٤ نقطة، رابعها : العناوين الصغيرة وتضم (الموسيقي، والرحلات، والدراسة، والبورصة، وإدارة الأعمال) وتأخذ كود <FONT-SIZE: 12px> ويساوي ٩ نقاط، بيد أن هذه الطريقة يعيبها تشويه بعض الحروف في حالة التباين العالي (High Resolution)، وكذلك التباين الضعيف (Low Resolution).

(٢) حجم الخط المثالي

اتفقت الدراسات السابقة التي تناولت الخط المثالي المعروض علي شاشة الكمبيوتر علي ضرورة أن يكون هذا الخط أكبر من الخط المقدم في الكتابة الورقية، بيد أنها اختلفت اختلافًا طفيفًا حول الحجم المناسب لهذا الخط (*).

ثمة قاعدة تحكم علاقة حجم الخط في الصفحة هي : ضرورة أن تكون المقدمات أكبر من حجم خطوط المتن بمقدار نقطتين والعناوين أكبر من المقدمات بمقدار نقطتين(*) والباحث يتفق مع هذه القاعدة، ويرجع اتفاقه مع هذه القاعدة لكونها تساعد علي التدرج البصري للعين من الخط الأكبر إلي الأصغر، كما أنها تساعد في تنظيم الصفحة في شكل سلس وجذاب، إلا أنه يمكن تجاوز هذه القاعدة بمقدار نقطة واحدة، فيمكن أن يكون الفارق بين المقدمات والعناوين نقطة واحدة أو ثلاث نقاط وليس أكثر، أما أن توضع بعض العناوين بخط كبير جدًا فهذا الإجراء يضايق القارئ؛ لأن القارئ في الصحافة الإلكترونية يسير وفق ما يريد وليس وفقًا لما تريد الصحيفة؛ فهو الذي يحدد مقياس الأهمية وليس الصحيفة، كما أن مساحة الشاشة لا تسمح بالعناوين كبيرة الحجم فهي محدودة بحجم معين.

(*) سبق طرح الخطوط المناسبة في الدراسات.

(*) Lynch and Horton (2002) "Web Style Guide: White space" available online (URL) <http://www.webstyleguide.com/type/space.html>

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
وقد أكدت القاعدة السابقة نتائج الاستبيان الإلكتروني الموضح في الجدول التالي :

جدول (٤) بوض: نتائج الاستبيان الإلكتروني حول حجم الخط المناسب

حجم الخط	نقطة ١٠	نقطة ١٢	نقطة ١٤	نقطة ١٦	المجموع
المنافس	-	٣	١١	١٢	٢٦
المقدمات	-	٥	٢١	-	٢٦
المتن	٤	٢٢	-	-	٢٦

بتحليل نتائج الجدول السابق يتضح اتفاق عينة الاستبيان الإلكتروني (عينة الأكاديميين) بنسبة عالية علي ضرورة أن يكون حجم خط المتن ١٢ نقطة بنسبة قدرها ٨٥٪ تقريباً، ويتضح من الجدول السابق اتفاقهم أيضاً حول ضرورة أن يكون حجم خط المقدمات ١٤ نقطة بنسبة قدرها ٨١٪ تقريباً، أما بالنسبة للمناوين فقد انقسمت عينة الاستبيان حولها، فرأي حوالي ٤٦٪ ضرورة أن تكون ١٦ نقطة، ورأي حوالي ٤٢٪ ضرورة أن تكون ١٤ نقطة وهي نسبة متقاربة.

وقد أتت صحيفة الأهرام هذه القاعدة فقد قدمت عناوينها بخط ١٣, ٥ نقطة وقدمت متونها بخط ١٢ نقطة وخلت من المقدمات، أما صحيفة الجمهورية فقد خالفت هذه القاعدة وقدمت عناوينها بخط سميك مقداره ١١ نقطة، بينما قدمت متونها بخط مقداره ١١ نقطة.

أما صحيفة النيويورك تايمز فقد وصلت إلي الحد الأقصى لهذه القاعدة (بعد الاستثناء) فقد قدمت عناوينها الرئيسية في الصفحات الداخلية بخط ١٨ ونصوصها بخط ١٢، في حين وقفت صحيفة اليو أس آيه توداي في تطبيق هذه القاعدة فقد قدمت عناوينها بخط ١٦ نقطة ونصوصها بخط ١٢ نقطة.

وبناء علي ما سبق فإن صحف الدراسة وفقت جميعها في تقديم حجم خط مناسب للقراءة المستمرة بدءاً من ١١ نقطة وصولاً إلي ١٢ نقطة بالنسبة للمتن، وبدأ من ١١ نقطة للخطوط القيادية وصولاً إلي ١٨ نقطة.

ج) السطر:

يمثل طول السطر أحد أصعب الإشكاليات - بعد إشكالية حجم الحرف - التي لا

إخراج الصحف الإلكترونية **الهدف الأول**
يمكن الحكم بدقة قاعدة ما دون سواها؛ فكل قاعدة تضع لنفسها مجموعة من المعايير والبراهين والأدلة التي تستند إليها، وما يزيد هذه الإشكالية تعقيداً أن هذه المعايير متذبذبة ومتباينة ومتغيرة ومتغايرة، فمنها ما يرتبط بعين الإنسان، ومنها ما يرتبط بحجم الحروف وعددها، ومنها ما يرتبط بتباين الشاشة، ومنها ما يرتبط بمستعرضات الإنترنت، وتعرض فيما يلي لتلك القواعد ويضع إشكالياتها، وفي ذات الوقت نقس اتساع السطر وفقاً لتلك القواعد وهي:

(١) قاعدة الثلاث بوصات وهرقة العين / مقابل البيكسل

تري هذه القاعدة أن طول السطر المناسب يجب أن لا يزيد عن ثلاث بوصات، حكمة في ذلك إلى القاعدة الفسيولوجية التي تري أن حركة العين تكون في أقوى تركيز لها علي طول ثلاث بوصات وأن القارئ يفقد مسار القراءة إذا ما كان السطر طويلاً، إلا أن هذه القاعدة انتقدت نظراً لشدة إجهاد العين لتركيزها في مجال رؤية محدد^(*). بينما يري الاتجاه المؤيد للبيكسل أن طول السطر المناسب هو ٣٦٥ بيكسل لمرض السطر^(٢)، أي حوالي ٣,٨ بوصة - عندما يكون تباين الشاشة ٦٠٠×٨٠٠ -، ويوضح الجدول التالي تطبيق قاعدتي البوصة والبيكسل علي صحف الدراسة.

(*) Lynch and Horton (2002) " Web Style Guide: Line length" available online (URL) <http://www.webstyleguide.com/type/lines.html>

(٢) Lynch and Horton (2002) " Web Style Guide: Type size" available online (URL) <http://www.webstyleguide.com/type/size.html>

جدول (٥) بوض: تطبيق قاعدة مقياس البوصة والبيكسل على صفح الدراسة

الطول بالبيكسل	الطول بالبوصة		المقياس	الرمز
	الصفحات الداخلية	البداية	الصفحات الداخلية	
٤٨٢	٤٨٢	٥,٣	٥,٣	الأهرام
٥٧٦	٤٥٣	٥,٣	٤,٧٢	الجمهورية
غير محددة	٤٨٥	غير محددة (●)	٥,٥	النبيورك تايمز
غير محددة	٤٨٠	غير محددة	٥	اليو أس آيه توداي

يتبين من هذا الجدول أن الصحف الأربع لم تلتق قاعدة الثلاث بوصات أو قاعدة البيكسل، ويمزو الباحث ذلك لرغبة مصممي الصحف في استغلال أكبر مساحة ممكنة على الصفحة.

(٢) قاعدة الحروف الأبجدية ونصفها (Alphabet-and-a-Half)

تري هذه القاعدة أن طول السطر المناسب هو عدد حروف اللغة بالإضافة إلى نصف هذا العدد، فبالنسبة للحروف الإنجليزية عدد الحروف المناسب هو ٣٩ حرفاً (أي ٢٦ + ١٣)^(*)، وبناء على هذه القاعدة فالعدد المناسب للغة العربية ٤٢ حرفاً (أي ٢٨ + ١٤)، إلا أن هذه القاعدة تفقد أهميتها لأنها لا تركز إلى سبب علمي في تحديدها، علاوة على ذلك فإن حجم هذه الحروف قليل العدد ولا تدعمه دراسات أخرى.

(*) غير عدد لأن الصحف الأمريكية لا تضع سوي عتاء دوا فقط في صفحة البداية مزودة ببعض الكلمات القليلة الشارحة، هذا علاوة على أن هذه الصحف تاسم صفحة بدتها إلى أربع أعمدة تعرض أكبر كمية من العناوين في الصفحة.

(*) Desktop publishing (2002) "How to Choose an Ideal Line Length For Text" available online (URL): http://desktoppub.about.com/c/00/07/How_Choose_Ideal_Line0962932624.htm

(٣) قاعدة هذه النقاط = ٢

اعتمدت هذه القاعدة على ثبات عدد الحروف التي تُعرض للقارئ على الشاشة ، فقد رأت أن طول السطر المناسب يعتمد على حجم الخط بالنقطة ، ووضعت لذلك صيغة هي : ضرب حجم الحرف بالنقطة $\times ٢$ ، فإذا كان حجم الحرف ١٢ نقطة ، فالطول المناسب هو ٢٤ نقطة ، وإذا ما كان حجم الحرف ٣٠ فطول السطر المناسب ٦٠ وهكذا (*) .

يتضح من الجدول السابق أن مصحف الدراسة لم تتبع تلك القاعدة نظراً لصغر المساحة التي تسمح بها هذه القاعدة والتي لا تتعدى في حجم الخط الافتراضي (١٢) نقطة بما يساوي ٢٤ نقطة فقط .

(٤) قاعدة هذه الكلمات

تبني هذه القاعدة عدد كبير من الباحثين إلا أنهم اختلفوا حول عدد الكلمات المناسبة في السطر ، فمنهم من رأي أن عدد الكلمات المناسب من عشر كلمات إلى اثني عشرة كلمة في السطر ؛ لأن ذلك الإجراء يسهل على العين إيجاد السطر التالي ويسمح بتجنب ما يسمى الزيغ البصري (Optical Aberrant) ^(١) ، في حين رأي اتجه آخر ضرورة ألا يزيد عرض الأسطر من ثمان كلمات إلى خمس عشرة ١٥ كلمة في السطر على الأكثر ^(٢) ، وعلى الرغم من اختلاف الاتجاهين إلا أنه يمكن القول إن الاتجاه الأول ، اتبع العدد المثالي لطول السطر ، في حين يضع الاتجاه الثاني عدداً محدداً يجب أن لا يتعداه طول السطر قصراً أو طويلاً .

(*) Desktop publishing (2002) "How to Choose an Ideal Line Length For Text" available online (URL) http://desktoppub.about.com/c/ht/00/07/How_Choos_Ideal_Line0962932624.htm

(١) Goetze, E. (1998, February 5) " Making Web Text Easy on The Eyes", Avatar magazine, available online (URL) <http://www.avatarmag.com/columns/ut/default.htm>

(٢) John Cook (1997) The Sev Guide to Web Design: Readability, available on line (URL) <http://www.sev.com.au/webzone/design.htm>

جدول (٦) يوضح: تطبيق قاعدة هذه الحروف والكلمات في السطر على صفحة القراءة

القياس	متوسط عدد الحروف		متوسط عدد الكلمات	
	الصفحات الداخلية	صفحة البدء	الصفحات الداخلية	صفحة البدء
الأهرام	من ٦٤ إلى ٧٤	من ٦٤ إلى ٧٤	من ١٠ إلى ١٢	من ٦٤ إلى ٧٤
الجمهورية	من ٩٥ إلى ١١٠	من ٧٢ إلى ٨٤	من ١٦ إلى ١٩	من ١١ إلى ١٣
النبيونك تايمز	من ٥٥ إلى ٦٥	غير محددة	من ٨ إلى ١٠	غير محددة
البو أس آبه توداي	من ٦٩ إلى ٧٧	غير محددة	من ١٠ إلى ١٢	غير محددة

يتضح من الجدول أن الصحف الدراسة تبنت هذه القاعدة باستثناء صحيفة الجمهورية؛ فلم يزد متوسط عدد كلمات الصحف الثلاث في السطر الواحد عن اثني عشرة كلمة، ولم يقل عن ثمان كلمات - في السطر الطبعي -، بينما لم تأخذ جريدة الجمهورية بهذه القاعدة وعرضت عدد كلمات أكبر من اللازم، فقد وصل طول السطر ما بين ١٦ إلى ١٩ كلمة في صفحاتها الداخلية، وهذا الإجراء يتعارض مع كل قواعد الإنقرئية الخاصة بطول السطر.

(٥) قاعدة هذه الحروف

يتبين من القواعد السابقة أن قاعدة عدد الكلمات تتناسب مع قاعدة عدد الحروف بالتقريب، فقاعدة عدد الحروف تري أن طول السطر المناسب يقع بين خمسين وثمانية وسبعين حرفاً، فلاستمرارية القراءة يجب أن لا يقل عدد الحروف عن خمسين حرفاً للسطر ولا يزيد عن ثمانية وسبعين حرفاً، وقد رأت هذه القاعدة أيضاً أفضل عرض لمجموعة من السطور الطويلة عن عرض مجموعة من السطور القصيرة على الشاشة، كما رأت عدم استخدام الأعمدة المزدوجة في عرض النصوص؛ أي عدم تقسيم الصفحة إلى أعمدة^(٥).

يتضح من الجدول رقم (٦) أن الصحف الدراسة لم تزد عن ثمانية وسبعين حرفاً

(٥) Ameritech Corp (1998) Information Display: available online (URL) <http://www.ameritech.com/corporate/testtown/libray/standard/text4.html>

ولم تقل في ذات الوقت عن خمسة وخمسين حرفاً باستثناء جريدة الجمهورية التي تراوح عدد الحروف في السطر ما بين ٩٥ و ١١٠ حرفاً في صفحاتها الداخلية.

وهذا يوضح تطابق صحف الدراسة - باستثناء الجمهورية مع قاعدة الكلمات، فإذا كان متوسط الكلمة خمسة حروف علاوة علي مسافة بيضاء لكل كلمة، فإن عدد الكلمات في السطر الواحد يكون حوالي ثمان كلمات علي الحد الأدنى، ويكون حوالي ثلاث عشرة كلمة علي الحد الأقصى، وهذا ما أظهره مقياس عدد الكلمات.

٤) النص القيادي (Leading Text):

النصوص القيادية هي النصوص المكتوبة بخط كبير - مثل العناوين والمقدمات - والتي تقود القارئ إلي المتن وهي كما يلي :

(١) العناوين

يمكن تقسيم العناوين في الصحف الإلكترونية بصفة عامة إلي نوعين رئيسين هما :

(١/١) العناوين الثابتة

التي لا تتغير من عدد إلي آخر، أو من تحديث لآخر، وتستخدمها الصحف الإلكترونية في عرض أبوابها الثابتة، وعادة ما تضمها الصحف علي شكل عناوين تملأ بعضها البعض في الجهة اليمنى من الصحف التي تبدأ فيها الكتابة من جهة اليمين، ومن الجهة اليسرى في الصحف التي تبدأ فيها الكتابة من الجهة اليسرى.

لقد اختلفت صحيفتا الأهرام والجمهورية عن صحيفتي النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي في تقديم عناوينهما الثابتة، فقد قدمت صحيفتا الأهرام والجمهورية عناوينهما الثابتة علي شكل أيقونات (Icons)، ويعيب هذا النوع أن الأيقونات تعطل ظهور الصفحة نظراً للمساحة التي تشغلها علي الموقع، في حين قدمت النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي عناوينها الثابتة علي شكل نصوص، إلا أن الملفت للنظر أن صحيفة الأهرام قد وضعت عناوينها الثابتة في الجهة اليسرى^(*).

(*) لم يخرج عن هذه القاعدة سوى جريدة الأهرام التي وضعت عناوين أبوابها في الجهة اليسرى من الصفحة، فمواقع دار التحرير، ودار أخبار اليوم، وجريدة الأسبوع يتبعون هذه القاعدة، ويسري المبدأ أن هذا الإجراء ليس بالإجراء الخاطئ فهذه العناصر عناصر غير ذات قيمة، فالقارئ

إخراج الصحف الإلكترونية الطلب الأول

كما أن الصحف الإلكترونية قد تستخدم الجهة اليمنى من الصحيفة في تقديم عناوينها شبه الثابتة وهي التي تخضع للتغيير وفقا لمتطلبات التحديث غير الجوهرى للموقع .

(٢/١) العناوين المتغيرة:

هي العناوين التي تتغير من عدد إلى آخر ، أو من تحديث لآخر ويمكن تقسيم هذه العناوين إلى :

❖ العناوين الرئيسية:

هي العناوين التي تحتوي على مقدمات وتكون مميزة من ناحية الموقع والمساحة والحجم ، فهذه العناوين تكون في صدر الصفحة ، كما أنها تشغل مساحة أكبر من غيرها نتيجة لأن الخط المستخدم فيها يكون أكبر خط مستخدم في الصحيفة .

❖ العناوين الجمعة

هي العناوين الأقل في أهميتها - من وجهة نظر الصحيفة - لذا فإن الصحيفة تضع هذه العناوين في نهاية الصفحة وراء بعضها البعض دونما تمييز من ناحية الموقع أو المساحة أو الحجم .

❖ العناوين الفرعية:

هي العناوين التابعة للعناوين الرئيسية وتكون عادة ذات نص فائق إلا أن حجمها عادة ما يكون صغير يصل إلى حجم النص المستخدم في عرض الموضوع أو الخبر أو أقل منها ويظهر هذا النوع بوضوح في صحيفة النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي .

(٢) المقدمات

تزايدت أهمية المقدمات مع الصحافة الإلكترونية ، فالقارئ في الصحافة الإلكترونية يكتفي بصفحة العناوين والمقدمات بيد أن الصحف الإلكترونية تتجاهل التقديم الجمالي والشكلي للمقدمات وربما تكتفي بكتابتها بنفس خط المتن الأصلي

ينعرض لها يومياً ، كما أن وجودها في الجهة اليسرى أو اليمنى يجعلها تأخذ أكثر من قيمتها فهي لا تحوى على معلومات أو أخبار في حد ذاتها ولكنها تستخدم كمؤشر إرشادية .

إخراج الصحف الإلكترونية اللب الأول
وهذا ما تبته صحيفتا الأهرام والجمهورية، أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه
توداي فقد اهتمتا بالمقدمات في بعض موضوعاتها وميزتها عن المتون في نوع الخط
وحجمه .

ثانياً: الصور

إن الحديث عن أهمية الصور من الناحية الإخراجية تناولته أبحاث كثيرة سواء
بصفة مستقلة أو مُتردة له قسماً من الأبحاث التي تتناول العناصر البثائية، وبصفة عامة
فإن الصور تكتسب أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة
وذلك وفقاً لاستخداماتها داخل هذا البناء، وعلي ضوء ذلك، يرى الباحث أن
الصور التي تقدمها الصحف الإلكترونية تأخذ ثلاثة أشكال من حيث استخدامها :

أولها : الصور المعلوماتية والإخبارية : وهي التي تقدم معلومات إلى القارئ،
وتتعدد أنواعها وتقسيماتها فمنها علي سبيل المثال : الصور الشخصية والموضوعية
والإيهامية، ومنها أيضاً الرسوم التوضيحية المتمثلة في : الرسوم البيانية، والخرائط،
والأشكال التوضيحية، والرسوم الساخرة؛ وهذا الشكل سبق وإن تناولته دراسات
عديدة سابقة سواء أكانت في الصحافة الورقية أم الإلكترونية، لذا فإن هذه الدراسة لن
تركز عليه .

ثانيها : شعارات الصحف : وهو الذي يقدم شخصية الجريدة، ويقوم بعملية ربط
بصري بين القارئ والصحيفة، يتم دراسة هذا النوع في الفصل الأخير من الدراسة
والخاص بالتصميم .

ثالثها : الصور كروابط : تستخدم الصحف هذا النوع بدلاً من النصوص لتقديم
شكل جمالي إلى المستخدم، يتم دراسة هذا النوع في المبحث الثاني من الدراسة الخاص
بالوسائط الفائقة، وأما كانت استخدامات الصور فهي تؤدي وظيفة أو أكثر من
الوظائف التالية، فالصور عادة ما تقوم بأربع وظائف رئيسية هي^(*) :

- ١- الوظيفة التزيينية (Decorative) المتمثلة في تقديم الشكل المرئي والتأكيد عليه .
- ٢- الوظيفة التصويرية (Representational) وهي التي تحتوي علي العناصر
المذكورة في النص .

(*) Ameritech Corp (1998) 'Ameritech Web Page User Interface and Design
Guidelines' http://www.ameritech.com/corporate/testtown/library/standard/web_guidelines/graphics.html

إخراج الصفحة الإلكترونية
٣- الوظيفة التنظيمية (Organizational) المتمثلة في تصوير العلاقات بين العناصر المذكورة في النص.

٤- الوظيفة التفسيرية (Explanative) المتمثلة في توضيح كيفية حدوث الأشياء .
ولا تعني أهمية الصور الإسراف في استعمالها دونما الارتكاز إلى أسباب علمية وإعلامية وثقافية تدعم استعمالها، فالإسراف في استخدامها يعصف بالمجهود المبذول في الصحيفة دون وعي؛ فهناك مجموعة من المعايير التي تحكم وضعية الصور داخل صفحة الويب؛ وهذه المعايير ترتبط بنوع الصور، وحجمها، ومساحتها، وموقعها على الصفحة؛ وهم كما يلي:

(أ) نوع الصورة:

تتحكم دقة الصورة والألوان الموجودة بها في تحديد الصور المعروضة على الإنترنت، لهذا لا بد من تناول دقة الصور أولاً وكيفية قياسها، ثم نعرض لأنواع الصور التي تستخدمها صفحات الويب بصفة عامة وصفحات الصحف الإلكترونية بصفة خاصة.

تقاس دقة الصورة بالبت (Bit) ويسمى أحياناً عمق البكسل (Pixel Depth) أو وضوح البت (Bit Resolution)، والمراد بها عدد الألوان المتاحة في بكسل الصورة المعروضة، فعلى سبيل المثال البكسل ذو العمق الواحد يحتوي على قيمتين هما الأسود والأبيض، والبكسل ذو الثمانية أعماق يحتوي على (٢٥٦) قيمة لونية (٨٢)، والبكسل ذو الأربعة والعشرون بايت (٢٤٢) يحتوي على ١٦,٧٧٧,٢١٦ لون^(*)، ووفقاً لهذه الألوان هناك ثلاثة أنواع من الصور التي تعرضها الإنترنت هي:

(١) صور (Gif)

هي اختصار (Image FormathGraphic Interchange)، وهي رسوم يمكن أن تعمل على كل أنظمة التشغيل، وتم اختراعها من قبل شركة (Compuserve)، وبفضل تقنيات الضغط فإن رسوم (GIF) ملائمة جداً للرسوم التي لها شرائط أفقية للألوان

(*) Rob Sagant, Matt Fester & Rick Doty (1999) Adobe Standard Help: Adobe Image® ready Tm2.0 Tryout, Adobe System Incorporated.

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
 أو مساحات كبيرة من ألوان متماثلة، لذا فهذا النوع من الصور مفيد جداً للافتات (Banners) والأزرار والرسوم التوضيحية، بيد أن قلة الألوان المستخدمة في هذه الصور جعلها مناسبة للرسوم فقط، ولا تصلح للصور الفوتوغرافية^(*) فهي تحتوي على ٢٥٦ لوناً فقط، وتتميز هذه الصور بتدعيمها الخاصية الشفافية (ycTransparen)^(*)، لذا تصلح أن تكون خلفيات^(٢).

(٢) صور (JPEG)

هي اختصار (Joint Photographic Exports Group)، وهي الحروف الأولى لاسم المنظمة التي أنشأت التنسيق، وعلى الرغم من أن صور (JPEG) تستخدم بمعدل أقل من (GIF) على الويب إلا أنها تستخدم للرسوم المعقدة والرسوم الكبيرة، وهي لصيقة الصلة بالصور الفوتوغرافية^(٣)، فهذه الصور يمكنها أن تستوعب حوالي ١٦,٧٧٧٢١٦ لون لذا فهي تصلح للصور ذات الجودة العالية والصور المراد إظهار تفاصيلها بدقة.

(٣) صور (PNG)

هي اختصار (Portable Network Graphic)، هناك نوعان من صور (PNG) النوع الأولي: يحتوي على ٨ بيت أي ٢٥٦ لون، فهذا النوع يشترك مع صور (GIF) في قلة احتواء الصور على الألوان، النوع الثاني: يحتوي على ٢٤ بايت + أي ١٦,٧٧٧٢١٦ لون، وهذا النوع يشترك مع صور (JPG) في احتوائه على عدد كبير من الألوان؛ ويتميز النوعان بمقدورتهما على تدعيم الشفافية، إلا أن بعض المستعرضات لا تدعم هذا النوع من الصور حالياً، ولعل هذا العيب يرجع كفة آفة ميزة صغيرة تتميز فيها ملفات (PNG) على ملفات (GIF) أو ملفات (JPG)^(٤).

(*) أنظر: ديفيد اليندر يروك، ديفيد كارلنيز، ترجمة دار الفاروق للنشر والتوزيع (٢٠٠٠).

مايكروسوفت: فرت يلدج ٢٠٠٠ (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع)، ص ٢٤٨.

B- Graphic Designs, INC.(2002) Using GIFs and JPEGs in web site design , Available online (URL) <http://www.grantasticdesigns.com/gifjpeg.html>

(٢) Ibid, <http://www.htmlhelp.com/design/imageuse.htm>

(٣) ديفيد اليندر يروك، ديفيد كارلنيز، مرجع سابق، ص ص ٢٤٨-٢٤٩.

(٤) نفسه، ص ٢٤٩.

(ب) حجم الصور:

يتحكم نوع الصور في حجمها، فالتصور من نوعية (Gif) أقل في حجمها من الصور التي من نوعية (PNG) و (JPG) نظراً لأنهما يحتويان علي ألوان أكثر، وثمة علاقة وثيقة بين حجم الصور وتحميل صفحة الويب؛ فكلما كانت الصفحة تحتوي علي صور كبيرة الحجم أو صور كثيرة العدد أخذت الصفحة فترة طويلة في التحميل والعكس صحيح؛ لذا فإن الجدول التالي يوضح حجم الصور بالبيت وعددها ونوعيتها في صحف الدراسة، وهي كما يلي:

جدول (٧) يوضح عدد الصور وحجمها في صحف الدراسة بشكل إجمالي

العدد	حجم الصور	عدد صور Gif	حجم صور (gif)	عدد صور JPG	حجم صور JPG	الإجمالي عدد الصور	إجمالي حجم الصور
الأهرام	١٥٧٩	٣,٩٧	٨٧٧	٦,٦٨	٢٤٥٦	١٠,٦٥	
الجمهورية	١٢٧٥	١,٤٦	١٢٠٢	٣,٧٢	٢٤٧٧	٥,١٨	
النبيورك تايز	٢٠٦٢	٣,١	٢٦٥	١,٤٨	٢٣٢٧	٤,٤٩	
يو أس آيه نوذي	١٠٠٤	٢,٤٤	٤٥٢	٢,٦٤	١٤٥٦	٥,٠٨	
الإجمالي العام	٥٩٢٠	١٠,٨٧	٢٧٩٦	١٤,٣٢	٨٧١٦	٢٥,١	

يلاحظ من الجدول السابق زيادة الصور من نوعية (Gif) عن صور (JPG) في كل صحف الدراسة؛ ويرجع ذلك إلي أن هذه الصور من نوعية (Gif) لا تشغل حجماً كبير بالنسبة للصفحة، لهذا السبب تستخدمها الصحف في تقديم أيقوناتها ورسومها التي لا تحتاج إلي جودة عالية، وتلجأ الصحف إلي الصور من نوعية (JPG) في عرض الصور الإخبارية التي تحتاج إلي إبراز تفاصيل الحدث بدقة عالية.

يتضح من الجدول السابق أن صحيفة الأهرام أسرفت في استخدامها لصور من هيئة (JPG) من حيث الحجم، فعلي الرغم من استخدامها لعدد أقل من هذه الصور مقارنة بصحيفة الجمهورية إلا أنها شغلت حجماً أكبر بكثير، فلم توفق صحيفة الأهرام في هذا الإجراء فالمعديد من الصور التي قدمتها الجريدة علي هيئة (JPG) كان يمكن تحويلها إلي صور من نوع (Gif) و التالى يقل حجم تلك الملفات.

إخراج الصحف الإلكترونية **الطب الأول**

إلا أن إسراف جريدة الأهرام في صور (JPG) من حيث الحجم لا يعطي لصحيفة الجمهورية ميزة في استخدامها لعدد كبير من الصور التي تأخذ امتداد (JPG)؛ فيمكن الصحفيين أن تحول قرابة ٨٠٪ من هذه الصور إلى صور ذات امتداد (GIF)، مما يقلل الحجم الذي تشغله الصور، ويسرع تحميل الصفحة على الإنترنت بسرعة أكبر مما هي عليه.

ويرجع السبب الرئيسي في زيادة عدد الصور وحجمها في جريدتي الأهرام والجمهورية لاعتماد كل منهما على الصور من نوعية (GIF) و (JPG) في تقديم أبواب الصحيفة وتقسيماتها وإصدارات المؤسسة بدلا من النصوص.

يتبين من الجدول السابق أن صحيفة النيويورك تايمز لم تسرف في استخدام الصور من هيئة (JPG)، وإنما استخدمتها في مكانها الصحيح؛ فقد استخدمتها في تقديم صورها الإخبارية فقط، ولم تستخدمها في تقديم أيقوناتها مثلما فعلت صحيفتا الأهرام والجمهورية، كما أنها لم تركز إلى هذه الصور في كل صورها الإخبارية، بل استخدمت صوراً من هيئة (GIF) لتقديم صور إخبارية قليلة الجودة تبعاً لأهمية الصور.

أما صحيفة اليو أس آيه توداي فقد أكثرت من استخدامها للصور الإخبارية من نوعية (JPG) مما نجم عنه زيادة في حجم ملفاتهما عن صحيفة النيويورك تايمز في العدد والحجم، وعلى الطرف الآخر؛ فقد رشدت صحيفة اليو أس آيه توداي من استخدامها للصور من نوعية (GIF)؛ فهي أقل الصحف استخداماً لهذه النوعية من ناحية العدد، إلا أنها ليست الأقل من ناحية الحجم، فجريدة الجمهورية أقل حجماً في حجم الصور من نوعية (GIF)؛ ويرجع ذلك لاستخدام صحيفة اليو أس آيه توداي لهذه النوعية في تقديم الصور الإخبارية التي تشغل مساحة أكبر وتحتاج إلى ألوان أكثر، وبالتالي تشغل حجماً أكبر.

ونظراً لأهمية حجم الصور في صفحة الويب فلم يبعد عن أعين خبراء التصميم وضع قاعدتين تحكمان حجم الصور؛ الأولى خاصة بالصور المفردة، والثانية خاصة بحجم الصور الإجمالي في الصفحة وهما كما يلي:

القاعدة الأولى: يجب ألا يزيد حجم الصورة المفردة عن ٢٥ إلى ٥٠ كيلو

إخراج الصحف الإلكترونية ^(٤٠) وعلى الرغم من تسامح هذه القاعدة، إلا أن هناك من رأي ضرورة أن لا يزيد حجم الصورة المفردة عن ثلاثين كيلو بايت ^(٤١)، وهناك رأي ثالث رأي ضرورة أن لا تزيد عن ٣٥ كيلو بايت ^(٤٢)، ولكننا نحبذ الرأي الأول لأن تحديد حجم الصورة بمقدار ٣٠ كيلو بايت يجعل الصورة تقلل من تفاصيل جوهرية تري الصحيفة ضرورة عرضها.

القاعدة الثانية: يجب ألا يزيد حجم الصور في الصفحة عن مائتين كيلو بايت ^(٤٣)؛ ولتطبيق هاتين القاعدتين على الصور الموجودة في الصحف الإلكترونية يجب أن نفرق أولاً بين الصور الثابتة التي تستخدمها الصحف في تزيين صفحاتها أو تثبيت أركان صفحاتها، وبين الصور المتغيرة من عدد إلى آخر والتي تستخدمها الصحف في تقديم الأخبار والمعلومات الجديدة، فيجب أن تقلل الصحف من الصور الثابتة لتضيق المجال أمام تحميل الصفحات بسرعة هذا من زاوية، ومن زاوية أخرى فالصحف ليست ساحة لتقديم الشكل الفني ولكنها ملزمة برسالة إعلامية تؤذيها من وراء هذا الشكل. وعليه فإنه كلما زادت الصور الثابتة التي تعرضها الصحيفة من عدد إلى آخر قلت بالتعبية سرعة تحميل الصفحة متتهكة القاعدة الثانية الخاصة بضرورة أن لا يزيد حجم الصور عن ٢٠٠ كيلو بايت وتعرض فيما يلي لحجم الصور الثابتة والمتغيرة لمعرفة مدى التزام صحف الدراسة بهاتين القاعدتين.

جدول (٨) يوضح متوسط الصور الثابتة والمتغيرة في العدد الواحد

البلد	صور GIF				المتغير	صور JPG				الإجمالي			
	صور ثابتة		صور متغيرة			صور ثابتة		صور متغيرة					
	عدد	حجم	حجم	عدد		حجم	عدد	حجم					
الأمرام	٣٥	٨١	-	-	٣٥	٨١	١٥	٩٠	٣	٥٢	١٨	١١٢	٤٣
الجمهورية	٢٨	٣٠	-	-	٢٨	٣٠	٢١	٤٠	٣	٤٥	٢٤	٩٥	٥٢
NY	٣٢	٣٢	١١	٣٦	٤٣	١٨	-	-	٦	٣٥	٦	٣٥	٤٩
U.S.A	٦	٧	١١	٣٦	١٧	٤٣	-	-	١٧	١٢	١٢	٢٩	٢٩

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

يتضح من الجدول السابق أن صحيفة الأهرام فقط هي التي انتهكت القاعدة الثانية من حيث عدد الصور في الصفحة الواحدة؛ فقد وصل متوسط حجم الصور في العدد الواحد حوالي ٢٢٣ كيلوبايت، أما فيما يتعلق بالقاعدة الأولى فلم تعدها أي صحيفة من صحف الدراسة فلم تصل أي صورة مفردة إلى أكثر من ٥٠ بايت.

كما يتضح من الجدول السابق اختلاف الصحف المصرية عن الأمريكية في استخدامهما للصور من نوعية (Gif) و (JPG)، فقد استخدمت الصحف المصرية (الأهرام والجمهورية) كل صورها من نوعية (Gif) بشكل ثابت من عدد إلى آخر، ولم تستخدم هذه الصور لا في الشكل الإخباري أو الإعلاني، أما الصحف الأمريكية فقد استخدمت الصور من نوعية (Gif) في تقديم بعض أخبارها، علاوة على ذلك، فإن الصحف الأمريكية (النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي) لم تستخدم صوراً من هيئة (JPG) بشكل ثابت لأنها استخدمت في تقديم الأخبار، أما الصحف المصرية (الأهرام والجمهورية) فإنها استخدمت تلك النوعية من الصور لتقديم شكل جمالي على حساب القيمة الإخبارية وتحميل الصفحة ضاربة بكل الأصول والقواعد العلمية عرض الحائط.

ج) مساحة الصورة:

يقصد بمساحة الصورة المساحة التي تشغلها الصورة في الصفحة، ويشار إليها عادة بالطول × العرض، ويتم تحديد مساحة الصورة بناء على المعلومات التي تحتوي عليها الصورة، فإذا كانت الصورة تحتوي على تفاصيل دقيقة تأخذ مساحة كبيرة، بينما إذا كانت لا تحتوي على تفاصيل ذات قيمة فأنها تأخذ مساحة صغيرة.

ولقد وضع علماء التصميم مقياس لحجم الصورة الجيد حتى لا تبطئ تحميل الصفحة على الإنترنت من زاوية، ولكي تكون ذات وضوح مقبول من زاوية أخرى، وقد تم تحديد المقياس بالبيكسل (الطول بالبيكسل × العرض بالبيكسل = المساحة) بحد أقصى ٢٥٠,٠٠٠ بيكسل مربع، وعليه فإن الصور التي طولها ١٧٨ بيكسل × ١٤٠ بيكسل عرضاً، والصور التي طولها ١٦٠ بيكسل × ١٥٦ بيكسل عرضاً تعمدان من أفضل الصور^(*).

(*) Bernard Bénichou (1 March 2001) Rules for Award Images, available online (URL) <http://websiteawards.xe.net/articles/article37.htm>

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
غير أن هذه المساحة من وجهة نظرنا تخضع لمعايير نوع الصورة التي تعرضها الصحف الإلكترونية؛ وقد تم تقسيم الصور التي تعرضها الصحف الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع هي:

أولها : الصور الشخصية : هي التي تحتوي علي صورة شخص واحد فقط .
ثانيها : الصور الموضوعية : هي التي تجسد موضوعاً ما وتعبر عنه وقت حدوثه .
ثالثها : الصور الإبهامية (Thumbnail) : هي الصور الصغيرة التي يصل حجمها إلي حجم إبهام إصبع اليد .

وعليه فإن كل نوع من الثلاثة يختلف في المساحة التي يشغلها علي الصفحة ؛ فالصور الشخصية تشغل مساحة صغيرة وتأخذ شكلاً رأسياً في أغلب الأحوال ، بينما الصور الموضوعية تشغل مساحة كبيرة وتأخذ شكلاً أفقياً في أغلب الأحيان ، أما الصور الإبهامية فأنها لا تركز إلي شكل ثابت فيمكن أن تكون شبه دائرية الشكل أو مستطيلة الشكل أو مربعة الشكل .

وللوصول إلي حجم مثالي لهذه الصور تم طرحها وفق أسئلة الاستبيان لعينة الأكاديميين ، واختلاف فهم الكثير لحقيقية مقياس البيكسل ؛ فقد تم تقديم هذه الأسئلة بالبوصة ، ثم تعرض لمواءمة البوصة بالبيكسل وقد أسفر الاستبيان عن النتائج الموضحة بالجدول التالي :

جدول (٩) يوضح: مساحة الصور بالنسبة لعينة الأكاديميين الأمريكيين

الحجم بالبوصة ^(*)	×٥	×٣,٥	١×٢	×١,٥	١×١	×١	×٠,٥	الجموع
الصور الإخبارية	٩	٢,٥	-	١,٥	-	-	-	٢٦

(*) معايرة البوصة بالبيكسل في حالة ثبات تباين الشاشة عند ٨٠٠×٦٠٠ بيكسل ، في هذه الحالة يكون مقدار البوصة ٩٦ بيكسل .

البوصة	البيكسل	البوصة	البيكسل	البوصة	البيكسل
٣,٥×٥	٣٣٦×٤٨٠	٢,٥×٣,٥	١٩٢×٣٣٦	١×٢	٩٦×١٩٢
١,٥×١,٥	١٤٤×١٤٤	١×١	٩٦×٩٦	٠,٥×١	٤٨×٩٦
٠,٥×٠,٥	٤٨×٤٨				

٢٦	-	-	٣	٨	١٥	-	-	الصور الشخصية
٢٦	٥	١٧	٤	-	-	-	-	الصور الإبهامية

يتضح هذا الجدول أن عينة الأكاديميين فضلت الصور الموضوعية (الإخبارية) التي حجمها ٥, ٣×٢ بوصة بنسبة قدرها حوالي ٦٥٪، وبمواصفات طول وعرض هذه الصور بالبيكسل يتضح أن المساحة التي فضلتها عينة الأكاديميين وصلت إلى حوالي ٦٤٥٠٠ بيكسل، بينما فضلت نسبة ٣٥٪ الصور التي حجمها ٥×٣ بوصة وهي تصل قرابة ١٦١٢٠٠ بيكسل، وهي نسبة كبيرة.

يتضح من هذه النسب أن هناك فجوة بين آراء المصممين والأكاديميين، فالمصممون وضعوا حجمًا صغيرًا بالنسبة للصورة بصفة عامة، أما الأكاديميون فقد وضعوا حجمًا أكبر بالنسبة للصور الموضوعية، وعلي هذا الأساس يمكن لنا أن نقلل الهوة بين الاثنين لبصل حجم الصورة الموضوعية المثالي من وجهة نظرنا إلى قرابة ٥٠٠٠٠ بيكسل.

أما تفضيل حجم الصور الشخصية فقد رأي ٥٧٪ من الأكاديميين أن حجم الصور المثالي هو ١×٢ بوصة ؛ وهو ما يساوي حوالي ١٨٠٠٠ بيكسل، بينما رأي نسبة ٣١٪ أن الحجم المثالي هو ١, ٥×١ بوصة ؛ وهو ما يساوي ٢٠٠٠٠ بيكسل، في حين رأت النسبة المتبقية أن الحجم المثالي هو ١×١ بوصة بقيمة قدرها حوالي ٩٠٠٠ بيكسل، وتعد ١٨٠٠٠ بيكسل حجمًا مقبولا بالنسبة للصورة الشخصية فهي ليست بالمساحة الصغيرة، وليست بالمساحة الكبيرة.

أما تفضيل الصور الإبهامية ؛ فقد رأي حوالي ٦٥٪ من الأكاديميين أن الصور التي مساحتها ١, ٥×٠ بوصة التي تساوي ٤٦٠٠ بيكسل هي الأفضل، في حين رأي حوالي ١٥٪ منها أن الصور التي مساحتها ١×١ بوصة والتي تساوي ٩٢٠٠ بيكسل هي الأفضل، أما النسبة المتبقية والتي يبلغ حجمها ٢٠٪ فقد رأت أن الصور الإبهامية التي مساحتها ٥, ٥×٠ بوصة والتي تساوي ٢٣٠٠ بيكسل هي الأفضل، وبذلك يمكن القول إن الصور الإبهامية التي مساحتها ٥٠٠٠ بيكسل هي الأفضل بالنسبة للصور الإبهامية، فالهدف من هذه الصور عادة ما يكون الإشارة إلى الموضوع السابق أو التذكير بمعلومات ماضية، وليس الهدف هو دقة الصورة أو توصيل معلومات إعلامية إلى المستخدم.

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول
 وبناء على الآراء السابقة يمكن القول إن الصور الموضوعية التي مساحتها ٥٠٠٠٠ بيكسل هي الأفضل ، والصور الشخصية التي مساحتها ١٨٠٠٠ بيكسل هي الأفضل ، أما الصور الإبهامية فيكفيها ٥٠٠٠ بيكسل فقط .

ومرجع تفضيلنا لهذه الأحجام يعود إلي سببين : الأول ؛ سرعة تحميل الصفحة ؛ فهذه الأحجام تحمل الصور تحمل بسرعة مما يؤثر بدوره علي سرعة تحميل الصفحة بكاملها ، الثاني : دقة الصور ، إن الصور من هذه الأحجام يكون وضوحها مناسب للرؤية فهي ليست مشوهة .

ومساحة الصور الإجمالية لا تنفي بالطبع أهمية عرض وطول الصور المصاحبة للموضوع ، فقد رأي علماء التصميم أن النسبة الجيدة لطول الصورة مقارنة بعرضها هي (٣/٢) و (١/١) أما بالنسبة للصور الرأسية فيجب ألا تقل نسبة عرضها إلي طولها عن (٢/٣)^(*) ، وهذا قد روعي أثناء طرح أسئلة الاستبيان ، يوضح الجدول التالي متوسط مساحة الصور بالنسبة لطولها وعرضها ، علاوة علي المساحة الإجمالية .

جدول (١٠) يوضح متوسط مساحة الصور في الصحف الدرامية

	الصور الموضوعية			الصور الشخصية			الصور الإبهامية		
	العرض	الطول	المساحة (Kb)	العرض	الطول	المساحة (Kb)	العرض	الطول	المساحة (Kb)
الأهرام	٢٠٠	١٥٢	٣٠٤٠٠	٦٦	٨٦	٥٦٧٦	-	-	-
الجمهورية	٢٣١	١٥٠	٣٤٦٥٠	١٠٥	١٥٠	١٥٦٥٠	-	-	-
NY T	١٨٢	١٤٢	٢٥٨٤٤	١٠٠	٧٧	٧,٧٠٠	٥٠	٥٠	٢٥٠٠
U.S.A T	٢٣٤	١٧٩	٤١٨٦٦	١٣٤	١١٠	١٤٧٤٠	٥٨	٦٠	٣٤٨٠

يتضح من هذا الجدول أن صحف الدراسة جميعها لم تتعدي قاعدة مساحة الصورة بالنسبة للصور الموضوعية والشخصية والإبهامية ، كما يلاحظ من هذا الجدول أن الصحيفتين المصريتين لم تستخدموا الصور الإبهامية مطلقا في كل أعدادهما .

(*) Bernard Bénichou (1 March 2001) Rules for Award Images, available online (URL) <http://websiteawards.xe.net/articles/article37.htm>

موقع الصور بالنسبة للنص:

ليست هناك قاعدة تحدد أفضلية وضع الصورة ولكن هناك بعض التقاليد التي تحددها الصحافة الورقية بهذا الشأن منها: ضرورة أن لا تقع الصورة عكس اتجاه اللغة، ولا تفصل الصورة النصوص، ولا توضع في نهاية النص، إلا أن هذه التقاليد تفتقر إلى الإثبات العلمي، ولذلك رأي الباحث ضرورة تحديد الموقع الأفضل بالنسبة للصورة من خلال الاستبيان الإلكتروني الذي يوضح نتائجه الجدول التالي:

جدول (١١) يوضح: وضع الصورة بالنسبة للنص

موقع الصور	الأكاديميون
في يسار النص	-
في يمين النص	١٧
بين العنوان والنص	٧
تحت النص	-
فوق العنوان	٢
المجموع	٢٦

يتبين من هذا الجدول أن سبعة عشر أكاديمياً أو أوا ضرورة أن تكون الصور في يمين النص بالنسبة للغة الإنجليزية، وأرجعوا ذلك إلى جملة من الأسباب منها:

- ١- عدم قطع استمرارية القراءة.
 - ٢- لعمود رؤية الصورة في نهاية النص.
 - ٣- لعدم جذب الانتباه إلى الصورة وترك النص.
 - ٤- لعدم شغل بصر القارئ بالنص والصورة في آن واحد.
- أما مؤيدو وضع الصورة بين العنوان والنص فأرجعوا تأييدهم إلى الأسباب

التالية:

- ١- تغطي الصور القارئ فكرة كاملة عن الموضوع قبل الدخول فيه.
- ٢- أن الصورة مكمل للنص وجزء منه.
- ٣- عدم النمطية وتغير ما اعتاد القارئ عليه.

إخراج الصحف الإلكترونية

أما اللذان رأيا ضرورة وضع الصور فوق العنوان، فقد أرجعا ذلك إلى أن الصور تقود بما لديها من وسائل جذب الانتباه إلى دفع القارئ تجاهها، مما يستتبع بعد ذلك بحث القارئ عن موضوعها.

ويرصد صور الدراسة يبين أن صحيفة النيويورك تايمز تضع صورتها الرئيسية في صفحتها الافتتاحية (صفحة البدء) فوق النص جاعلة منها عنوانا لموضوعها من خلال تقديمها بشكل فائق؛ فهي تقود إلى الموضوع في الصفحة الداخلية، أما صورها الأربع التي في منتصف صفحة البدء فهي فوق العناوين أيضا، وكلاهما يقود إلى موضوعات في الصفحات الداخلية، أما وضع الصور في الصفحات الداخلية فقد أخذ وضعه الطبيعي بجوار النص من الناحية اليمنى، وفي بعض الأحيان بين العنوان والنص.

الملفت للنظر أن صحيفة اليو أس آيه توداي قد وضعت بعض صورها في عكس اتجاه اللغة في صفحة البدء، بيد أنها عدلت من ذلك في صفحاتها الداخلية، وربما لجأت الصحيفة إلى الوضع الأول لكي تجذب بصر المشاهد أولا إلى الصور ثم يلجأ إلى قراءة العناوين الموازية لها بعد ذلك.

أما الصحف المصرية فتارة تضع صورها ما بين النص والعنوان، وتارة أخرى تضعها بالجانب الأيسر للنص أي في اتجاه اللغة، وذلك وفقا لمساحة النص المرافق للصورة والذي يكون قليلا فتضع بجواره الصورة.

التعليق العام:

من العرض السابق حول العناصر البنائية التقليدية (النصوص والصور) يتبين أن صحف الدراسة قد أفادت من تكنولوجيا الويب في بعض المناحي، ولم تغد في مناحي أخرى، كما أنها التزمت ببعض قواعد النشر الإلكتروني من ناحية، ونظرا لانقسام هذا المبحث إلى قسمين، أحدهما: خاص بالنصوص، والآخر خاص بالصور فإن التعليق العام حولهما ينقسم أيضا إلى قسمين كما يلي:

أولا: الخطوط

لم تغد الصحف الأربع الإفادة المثلى من تقنية تعدد الخطوط التي تتيحها صفحة الويب، وإنما اكتفت فقط بعرض خطين فقط علي الصفحة في حالة الصحف الأمريكية، وخط واحد في حالة الصحف المصرية، والمدهش في الأمر أن صحيفة

إخراج الصحف الإلكترونية الهدف الأول

الجمهورية تركت تحديد نوع الخط لمستعرض الويب فلم تستخدم أي مصفوفة لتقديم نصوصها، ولم تحدد الخط المراد عرضه، وهذا الإجراء يعد من الإجراءات الخاطئة من وجهة نظرنا؛ فالمستعرض لا يقدم الخطوط الواضحة من ناحية، كما أن الصحيفة يجب أن تقدم خط واضح للقارئ بصريا محققة به الربط البصري لدى القارئ بمنتج الصحيفة.

لم تتفق الصحف الأربع حول طريقة واحدة في تقديم حجم خطوطها إنما سلكت كل صحيفة طرقا متباينة في تحديد أحجام خطوطها، فقد استخدمت صحيفة الأهرام لغة (HTML) وبالتحديد الأسلوب السادس لتحديد عناوينها الرئيسية، والأسلوب الثنائي المشري لتحديد عناوينها المجمعة، أما صحيفة الجمهورية فقد استخدمت تقنية (CSS) في تحديد حجم عناوينها الرئيسية وعناوينها المجمعة ومتونها مستخدمة النقطة كوحدة قياس، بينما قدمت صحيفة النيويورك تايمز أحجام نصوصها بلغة (HTML) مستخدمة الأسلوب السباحي لتقديم أبواب الصحيفة وتقسيماتها، كما استخدمت الأسلوب الثنائي المشري لتقديم عناوينها الرئيسية، في حين قدمت صحيفة اليو أس آيه توداي حجم خطوطها عن طريق تقنية (CSS) مستخدمة البيكسل كوحدة قياس.

بينما اتفقت صحيفة الأهرام والنيويورك تايمز واليو أس آيه توداي حول ترك حجم متونهم للمستعرض لكي يحددها بواقع حجم افتراضي قدره ١٢ نقطة، بينما لم تترك صحيفة الجمهورية للمستعرض تحديد حجم متونها ووضعت له ١١ نقطة، وليس هذا الإجراء ضد الإنقرائية، فكلما الحجمين قابل للقراءة بصورة مناسبة.

لقد جاءت نتائج الدراسة الميدانية متناغمة مع نتيجة الدراسات السابقة الخاصة بحجم الخط، فقد فضلت عينة الأكاديميين الخط الذي حجمه ١٢ نقطة للقراءة المستمرة بنسبة ٨٥٪ وهو ما أكدته دراسة نومس وجينفر عام ١٩٩٥ ودراسة ميشال ونشاي عام ٢٠٠٢.

اتفقت صحف الدراسة بالنسبة لطول السطر حول قاعدتي عدد الحروف وعدد الكلمات باستثناء صحيفة الجمهورية، فقد التزمت صحف الدراسة بقاعدة طول السطر بالنسبة لم توسط عدد الحروف وعدد الكلمات في السطر، إلا أن صحيفة الجمهورية لم تلتزم بتلك القاعدة ووضعت عدد كلمات أكثر من القاعدة وصل إلي ١١٠ حرفا في السطر؛ ويرجع ذلك إلي أن صحيفة الجمهورية تقدم غطا أصغر من صحف الدراسة مقداره ١١ نقطة.

إخراج الصحف الإلكترونية الهدف الأول

يؤخذ على الصحف الأربع عدم تقديم النصوص القيادية بالشكل المناسب، فلم تراعى القواعد المتعارف عليها في تدرج حجم الخطوط بين العناوين والمقدمات والمختصر ولم تقدم لها خطاً مميزاً ولكنها اكتفت بتمييز العناوين فقط عن المتن.

لغايا: الصور:

لم تلتزم الصحف المصرية بالأسس العلمية الخاصة بعدم الإفراط في استخدام الصور، فقد أفرطت صحيفتا الأهرام والجمهورية في استخدام الصور من النوعين (GIF) و (JPG) في تقديم الشكل الجمالي.

إن عدم إدراك الصحف المصرية عينة الدراسة لاستخدامات الصور أدى إلى استخدام صوراً من نوعية (JPG) لتقديم صور رسومية، ولم تلجأ إلى استخدام صور من نوعية (GIF)، وعلى الطرف الآخر التزمت الصحف الأمريكية بالأسس العلمية المتعلقة بعدم الإفراط في استخدام الصور، فقد التزمت النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي باستخدام الصور في مكانها الصحيح، إضافة إلى ذلك، فقد استخدمت صوراً من نوعية (GIF) لتقديم بعض الصور الإخبارية.

لجأت عن إفراط الصحف المصرية في استخدام الصور من نوعية (JPG) في غير مكانها الصحيح كبر حجم ملفاتها، فقد خسرت صحيفة الأهرام عرض الحائط بالقواعد الخاصة بعدم زيادة الصور الإخبارية في الصفحة عن ٢٠٠ بيت تبعثها في ذلك صحيفة الجمهورية، أما الصحف الأمريكية فقد التزمت بالقواعد الخاصة بالحجم.

المبحث الثاني

الوسائط الفائقة (النص الفائق)

بداية قبل الخوض في النص الفائق (Hypertext) يجب أن نصف علاقته بالوسائط الفائقة (Hypermedia)؛ فالنص الفائق مع الوسائط المتعددة (Multimedia) (النص، والأشكال الجرافيكية، والرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو) يسمى الوسائط الفائقة^(*).

كما أن كلمة النص الفائق تستخدم مترادفة الآن مع كلمة الوسائط الفائقة؛ ويرجع ذلك إلى أن المضمون لا يصنع من النص فقط بل يصنع أيضا من الصور والرسوم الجرافيكية، ووصلات الصوت والفيديو^(*).

فمفهوم الوسائط الفائقة إذاً لا يحتوي على النص فقط، إنما ينصرف إلى الوسائط المتعددة، في حين يرتبط مفهوم النص الفائق بالنص فقط؛ لذا فالنص الفائق في بنائه الهرمي تابع للوسائط الفائقة ويمثل شكلاً من أشكالها، وقد دفع هذا التصور البعض^(*) إلى القول بالرسوم الجرافيكية الفائقة (Hypergraphic) على غرار الوسائط الفائقة.

يخاطب التزاوج بين النص الفائق والوسائط المتعددة - طبقاً للمدخل المهجن - تعدد الحواس (Multisensory)؛ مما يؤدي بالتالي إلى تعدد الوظائف التي تؤديها تلك الوسائط، فمن خلال الربط بين النص الفائق ووصلات الصوت يتم مخاطبة حاستي البصر والسمع، ومن خلال التزاوج بين وصلات الفيديو والنص الفائق يتم مخاطبة حاستي السمع والبصر^(*).

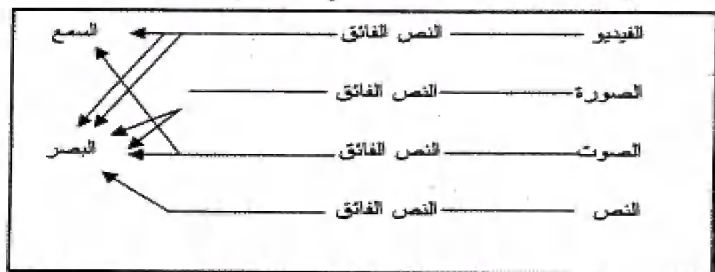
(*) See:

State of the Art Review on Hypermedia Issues And Applications, chapter1: available online (URL) http://www.isg.sfu.ca/~duchier/misc/hypertext_review/chapter1.html
Stacy James (1998), Integrating hypermedia instruction into the graphics classroom.
Katie Blakstad-cooke (1996) Hypermedia publishing how to build a web site (London: T.J.Press (Padstow) LTD) P9.
Tim Guay, (April 1995) WEB Publishing Paradigm, available (online) (URL) <http://hoshi.cic.ca/~guay/paradigm/hypermedia.html>

(+) Cantoni Lorenzo & Paolini Paolo (2001) hypermedia analysis : some insights from semiotics and ancient rhetoric , studies of mass communication sciences1 pp33-53 36

(+) Tim Guay, (April 1995) Op cit, (html)

إخراج الصحف الإلكترونية = الباب الأول
ويمكن تحديد هذه العلاقة من خلال النموذج التوضيحي التالي :



شكل (٣) يوضح: نموذج الوسائط الفائقة ومقاطبة الوسائط

يتضح من النموذج السابق أن وصلات الفيديو في حالة دمجها مع النص الفائق تؤكد علي حاسة الإبصار مرتين: أحدهما خاص بالنص الفائق المقدم، والآخر خاص بالصورة المصاحبة لوصلة الفيديو بالإضافة إلي تدعمها للصوت، كما أن الصورة تدعم حاسة الإبصار مرتين كذلك، كما أن وصلات الصوت تدعم حاستين هما السمع والإبصار المتمثلة في النص الفائق، أما النص فلا يدعم سوى حاسة واحدة هي حاسة الإبصار.

وقد انتشر مسمي النص الفائق لسببين أولهما: جذور المصطلح التاريخية: ففي بداية نشأة الروابط كانت قائمة علي النص فقط، كما أن شبكة الإنترنت ذاتها كانت تحمل النصوص فقط في بداياتها الأولى، ثانيهما: ثقافة القارئ، فهناك اتفاق عديد حول ما تحمله دلالة الكلمة من معانٍ لدي القراء، فالقارئ يفهم أن كلمة النص الفائق هي الروابط التي تحمله إلي موضوعات مختلفة سواء أكانت نصية أم فليمية أم صوتية.

أولاً: ماهية ومفهوم النص الفائق:

لقد اقتضت التكنولوجيا الحديثة أثر المخ البشري في طريقة تفكيره، فالتنص الفائق هو طريقة اكتشاف الأفكار المترابطة، فإذا ما نظرنا إلي أفكار الإنسان فنجد أنه ليست هناك أفكار منفصلة تماماً؛ فالذاكرة مرتبطة بذاكرات أخرى، والنص الفائق هو كيف

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول
نتذكر الأشياء؛ فمتدما نوضح شيئاً جديداً فإننا نشير إلى شيء مشابه له فنستخدم
الاستمارة والنشيه في توضيح معانينا^(*).

لتقريب ذلك يمكن ضرب مثال من واقع الحياة فإذا ما كنت في محادثة وسألك
شخصاً ما أن توضح ما نقول، تصمت وتتفرع وتنشعب في أفكارك وعندئذ ربما تعود
أو لا تعود إلى الموضوع الأصلي، والقرع الجديد الذي يدأته ربما يكون مسلطاً آخر
مختلفاً عن المحادثة.

فالنص الفائق هو طريقة صدي تفكيرنا في النص، فإننا نفكر بطريقة خطية؛ أننا
نفكر من خلال الخيارات والبدائل، بينما يبنى النص الفائق من خلال المرجعيات،
والارتباطات والتوضيحات التي استخدمتها في التفكير؛ فالنص الفائق أكثر من نظام
إضافة هامش، فهو يسمح بكل الاستطرادات، والمناقشات، والتوضيحات التي تُثبت
في النص الأصلي^(٢).

تعددت المفاهيم والتصريفات التي أطلقت على النص الفائق بدءاً من تيد
نيلسون (Ted Nelson) الذي صك مصطلح النص الفائق في الستينيات من القرن
العشرين الذي كان متأثراً بالمصطلحات الرياضية حيث تعني السابقة (Hyper) النص
الموسع أو العمومي "extended and generalized" أي النص الممتد عبر نصوص
أخرى بدون تنابع^(٣).

وقد عرفه تيد نيلسون بأنه "الكتابة غير الخطية والتي يتفرع من خلالها النص
ساعداً للقارئ بالاختيار، وأفضل قراءة له من علي شاشة تفاعلية، وبصورة مبسطة،
أنه سلسلة من نصوص كبيرة متشابكة عن طريق روابط تعرض للقارئ مسارات
مختلفة" (٥).

(*) Vannear Bush (2002) Hypertext Versus Knowledge Management: How Human
Mind Works? Available online (URL)
http://65.107.211.206/cpace/ht/thonglipfei/human_mind.html

(٢) Katie Blakstad-cooke, op cit, P10.

(٣) See: Thierry Bardini (September 1997) "Bridging the Gulfs: From Hypertext to
Cyberspace" JCMC 3 (2) available online (URL)
<http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue2/bardini.html#ref37>, George P. Landow
(1992) 'The Definition of Hypertext and Its History as a Concept' conference of
Hypertext: the convergence of contemporary Critical Theory & Technology the
Johns Hopkins University, 1992, available online (URL)
<http://65.107.211.206/cpace/ht/jhup/bib1.html>

(٥) See: George P. Landow, (1992) The Definition of Hypertext and Its History as a
Concept available online (URL) <http://65.107.211.206/cpace/ht/jhup/bib1.html>.

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

في حين رأي أنجاء آخر - اتباعه قليلون - أن جذور هذه الكلمة تعود إلى علم الفيزياء حيث تعني السابقة (Hyper) فوق أو أعلي (Over or Above)، وقد استخدمت في بدايات القرن العشرين لتصف نوعاً جديداً من الفضاء عرفه ألبرت أينشتاين (Albert Einstein) في نظرية النسبية بالفضاء الجديد: "Hyperspace" وهو الفضاء الذي يُرى بطريقة جديدة ، لذا فهي تعني مع النص: النص الجديد أو الطريقة الجديدة التي يدرك بها النص^(*) ، وهذا الاتجاه يرى أن أصول الكلمة فقط هي التي تعود إلى ألبرت أينشتاين ، أما استخدام الكلمة فيعود إلى تيد نيلسون .

وبعد الجذور التاريخية للمصطلح ذهب كل كاتب أو باحث يتناول النص الفائق إلى طرح تعريف له يناسب توجهه البحثي ، أو رغبة منه في عدم تبعية تعريف معين عما أدى إلى ظهور مئات التعريفات والمفاهيم التي تدور حول المعنى التاريخي أو تفضي عليه مساحة من البلاغة (Rhetoric) ولا تقدم جديداً في حد ذاتها .

فقد عُرف النص الفائق بالشكل السردى (narrative form) غير الموجود حتى ينتجه القراء من خلال سلسلة من الاختيارات طبقاً لرغباتهم واهتماماتهم^(†) ، وعرف بأنه الطريقة غير الخطية (non-linear way) لتقديم المعلومات^(‡) ؛ وهذا التعريف أكثر التعريفات انتشاراً مستقياً انتشاره من توافقه مع تعريف تيد نيلسون ، كما عرف النص الفائق بأنه الكتابة غير التتابعية (non sequence) ، بناء على هذه التعريفات شبه المتقاربة يمكن التفرقة بين الروابط الخطية (التتابعية ، السردية) وغير الخطية

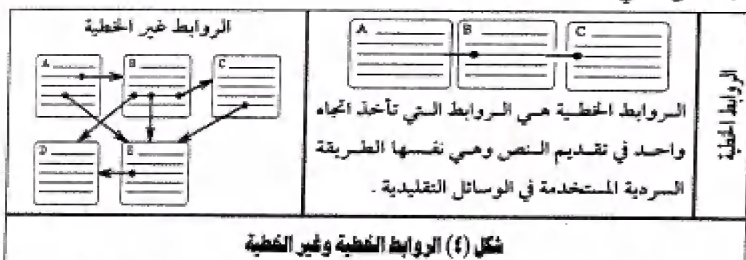
=Robert M. Fowler (1994) How The SECONDARY Orality Of The Electronic Age Can awaken us to The Primary Orality Of antiquity, or What Hypertext Can Teach us about The Bible, Presented at the Annual Meeting of the Eastern Great Lakes Biblical Society April 14-15, 1994, available online (URL) <http://homepages.bw.edu/~rfowler/pubs/secondoral/hypertext.html>

(*) see: Desmer, Charles. (1994) What is hypertext, available online (URL) .

http://www.playcreative.co.nz/posthuman/html/what_is_hypertext.htm
Webmaster (2002) Definitions of Hypertext By other authors, available . online (URL) http://65.107.211.206/cpace/ht/thonglipfel/hyper_other_defn.html

(†) Robert Huesca, et al.(1999) Inverted Pyramids Versus Hypertexts: A Qualitative Study of Readers' Responses to Competing Narrative Forms, op cit. (html)

(‡) Kimberly Amaral (2002) Hypertext and writing: An overview of the hypertext medium, available online (URL) <http://www.umassd.edu/Public/People/KAmaral/Thesis/hypertext.htm>



شكل (4) الروابط الخطية وغير الخطية

كما عرف النص الفائق بأنه توليد الحواشي (footnote)، لأن الحواشي تربط القارئ بمصادر المعلومات التفصيلية^(*)، كما عرف بأنه قاعدة بيانات لها إشارات ترافقية^(*) (cross-referencing) نشطة تسمح للقارئ بالقفز إلى أجزاء أخرى من قاعدة البيانات حسب رغبته^(*)، وعرف بأنه النص المؤلف من كتل من الكلمات والصور المرتبطة إلكترونياً من خلال مجموعة من المسارات غير محددة النهاية^(*).

ثانياً: بنية وتكوين النص الفائق:

يتكون نظام النص الفائق من الوصلات Nodes (المفاهيم) والروابط Links (العلاقات)؛ حيث تمثل الوصلات مفهوماً أو فكرة؛ فيمكن أن تحتوي علي أحد النصوص، أو الرسوم المتحركة، أو الرسوم الجرافيكية، أو الصوت، أو الفيديو؛ فهي تمثل الأشكال التي تحمل معلومات دلالية (Semantic Information)، وترتبط هذه الوصلات بوصلات أخرى عن طريق الروابط، فيمكن أن تكون الروابط

(*) TUE Eindhoven University of Technology (2002) Definition of hypertext and hypermedia, available online (URL) <http://www.wis.win.tue.nl/2L670/static/anchor.html>

(†) P. M. E. De Bra (2002) Hypermedia structures and systems: Definition of hypertext and hypermedia, available online (URL) <http://www.wis.win.tue.nl/2L670/static/definition.html>

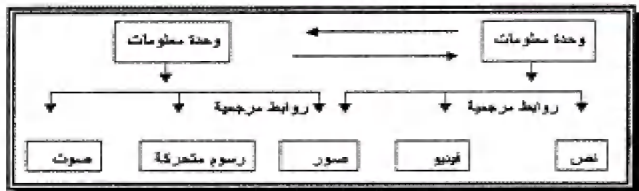
(‡) TUE Eindhoven University of Technology, op cit, <http://www.wis.win.tue.nl/2L670/static/anchor.html>

(§) English.Ttu.Edu (2002) Hypertext Defined, available online (URL) <http://english.ttu.edu/grad/Baugh/definition.html>

إخراج للصحف الإلكترونية **الباب الأول**

ثنائية الاتجاه (Bi-directional) وهذا ما يسهل عملية الارتداد الخلفي ؛ أي الرجوع إلى نقطة البدء، ويمكن أن تبني بناءً مرجعياً من خلال الاسنادات التوافقية، كما يمكن أن تبني بناءً هرمياً (***) من الأعلى إلى الأدنى (**).

يكمن التحدي الحقيقي أمام الوسائط الفائقة في كيفية إنشاء روابط بين المعلومات المختلفة التي تمثلها الوسائط المتعددة، وكيفية بناء أروقة دخول وخروج بين هذه المعلومات تكفي لبناء شبكة العلاقات بينها ؛ فإذا ما مثلنا الوسائط الفائقة بالبناء فإن كل دور يحتوي على العديد من وحدة معلومات، ووحدات المعلومات هذه تحتوي على العديد من الوسائط المتعددة في كل وحدة معلومات وهو ما يوضحه الشكل التالي :



شكل (٥) يوضح: بنية الوسائط الفائقة

تكسير النص:

يجب على الصحف الإلكترونية أن تقوم بتكسير النص على شاشات متعددة، لأن القراءة من على شاشة الكمبيوتر أبطأ من القراءة من على الورق بنسبة ٢٥٪ لهذا يجب أن تقل المادة النصية المقدمة للقارئ بحوالي ٥٠٪، فالقارئ لا شعورياً يمن النظر في بعض الكلمات والجمل والفقرات، بينما يقفز فوق عبارات وفقرات كثيرة دونما أن يعبرها أي انتباه؛ فالمتصفح (Scanning) هو سمة الإنترنت عوضاً عن القراءة^(*).

(*) State of the Art Review on Hypermedia Issues And Applications, chapter1, op cit. (html)

(**) Jakob Nielsen's Alertbox (March 15, 1997) Be Succinct! (Writing for the Web), available online (URL) www.useit.com/alertbox/9703b.html

قد دعمت عينة الدراسة الميدانية هذه النتائج ؛ حيث رأي ستة وعشرون أكاديميا بنسبة ١٠٠٪ أفضلية النص الفائق عن النص السردى في تقديم الأخبار ؛ وقد أرجعوا تفضيلهم للأسباب التالية :

- ١- رأي ستة وعشرون أكاديمياً بنسبة ١٠٠٪ أن النص الفائق يسهم في تحديد الموضوع الذي يريد أن يطلع عليه القارئ بدقة .
- ٢- رأي أربعة وعشرون أكاديمياً بنسبة ٩٣٪ أن النص الفائق يسهم في تقسيم القصص الإخبارية حسب الموضوعات الفرعية المتناغمة مع احتياجات القارئ الفكرية .
- ٣- رأي ستة وعشرون أكاديمياً بنسبة ١٠٠٪ أن النص الفائق يمكن أن يضيف معلومات كثيرة للقارئ بمجرد النص السردى (التقليدى) عن تحملها .

ومن ناحية أخرى لم تعمل عينة الأكاديميين علي النص السردى في تقديم الأخبار والقصص الإخبارية ؛ حيث رأوا أنه لصيق الصلة بالصحافة الورقية من زاوية ، كما أنه لا يتواءم مع طبيعة الأحداث المتلاحقة من زاوية أخرى ؛ فالصحافة الإلكترونية بما لديها من ميزة التحديث الفوري (Updating) تحتاج إلي النص الفائق الذي يقدم مسارات مختلفة يمكن أن يسلكها القارئ وهو يطلع علي الخبر أو القصة الإخبارية .

ثمة عيسين للوثيقة السردية الطويلة ، أولهما : أنها تأخذ فترة طويلة في التحميل وعليه فالقارئ يجد صعوبة في القفز بسرعة بين الصفحات والعودة مرة أخرى ، ثانيهما : صعوبة سحب الوثيقة لأسفل لاستكمال النظر إلي باقي الموضوع . ثم سحب الوثيقة مرة أخرى لأعلي للرجوع إلي البداية لاستكمال الموضوع أو الانتقال إلي جزئية أخرى به (*) ، لهذا يجب تقسيم النص إلي تصوص صغيرة عن طريق تجزئة المعلومات إلي وصلات متعددة .

وقد وضعت مجموعة من المقاييس لهذا التقسيم ، فعند تقسيم الموضوع أو المقال إلي أجزاء فإن القارئ ينتجه إلي الجزء المناسب له وهذا التقسيم له شرطان^(*) :

- ١- ضرورة أن يركز كل جزء علي فكرة أو حدث أو وصف أو مشكلة ؛ أي أن يكون كل عنصر قائما بذاته .

(*)Tim BL (1995) How big to make each document, available online (URL) <http://www.w3.org/DesignIssues/Navigation.html>

(+) Mindy McAdams & Stephanie Berger (2002) hypertext: Components defined, JEP The Journal of Electronic Publishing, University Of Michigan, available online (URL) <http://www.press.umich.edu/jep/06-03/McAdams/pages/reader.html>

٢- يجب ألا يتكرر هذا الجزء في المقال مرة أخرى.

فكل جزء من المقال يكون متوسطة مائتين وخمسين كلمة ، وبعض الأجزاء أو العناصر يمكن أن تكون طويلة لتصل إلي ثلاثمائة وخمسين كلمة كحد أقصى ، وبعضها قد يكون قصيرا ليصل إلي مائة وخمسين كلمة كحد أدنى^(*).

لم تراع الصحف الأربع هذه القاعدة في تقديم موضوعاتها ولكنها قدمت العديد من الأفكار في قالب واحد ، في الوقت الذي كان يمكن تجزئتها إلي أفكار أصغر فأصغر ، علاوة علي ذلك فإن الصحف الأربع تقدم موضوعاتها في أغلب الأحيان علي أربع شاشات طويلة (أي يضطر القارئ لسحب المزلاج لمواصلة قرأته) وفي العادة يقوم القارئ بقراءة الجزء الأول من المقال أو الفقرة الأولى ثم يرجع إلي الصفحة الرئيسية أو يغير الموقع كلياً ، وبهذا الشكل تضيق الصحف بمجهوداتها وخدماتها الإخبارية والمعلوماتية دونما طائل .

ثالثاً: نظرية: النص الفائق:

تقيم هذه النظرية علاقة ثلاثية محورها النص ، وطرفيها : المحرر (المؤلف / الكاتب/ الصحفي . . .) والقارئ ، وتطرح هذه النظرية ثلاثة أسئلة ، أولها : ما هو دور المحرر في صنع النص بصفة عامة ، والنص الفائق بصفة خاصة ؟ ، ثانيها : ما هو دور القارئ في النص الفائق ؟ ثالثها : ما هي علاقة كل من المحرر بالقارئ ؟ ، بيد أن الإجابة علي هذه التساؤلات الثلاث من التشابك لدرجة يصعب معها الفصل بين بداية إجابة تساؤل ونهايته وبداية إجابة تساؤل آخر ، كما أن هذه الإجابات لا تخلو من النزعة الفلسفية ، علاوة علي ذلك فإن المنظرين الذين تناولوا تلك النظرية اختلفوا في توجهاتهم حيال حرية كل من المحرر والقارئ في التحكم في النص الفائق ، وطرح كل هذه التناقضات والإشكاليات ومحاولة الفصل بينها يخرج البحث عن مساره من زاوية ، ويدخله في إشكالية الفارق بين الإخراج الإلكتروني والكتابة الإلكترونية من زاوية أخرى ، ولكن الذي يهم المخرج من هذا الموضوع (بهم الدراسة) هو المسلك الذي يسلكه القارئ ، فمهمة الإخراج الإلكتروني تبدأ من دخول المستخدم الموقع إلي خروجه منه ، علاوة علي ذلك فحرية الكاتب/ المحرر مشولة أمام المخرج فلا يحق للكاتب أن يُخرج القارئ من موقع الصحيفة وراء معلومات قد تكون متاحة علي موقع الصحيفة .

إخراج للصف الإلكتروني
ونطرح فيما يلي هذه العلاقة الثلاثية مراعين عدم الخروج عن تخصص الإخراج الإلكتروني من ناحية، ومحاولين الإيجاز من ناحية أخرى.

(أ) النص الفائق والقارئ:

يقدم النص الفائق للقارئ العديد من المزايا غير الموجودة في النص السردى، فهو يسمح له أن يضع نفسه في الحياة الواقعية، فمن خلال النص الفائق يستطيع القارئ أن يحكم على طبيعة الأشياء ولا يحتاج إلى وجهة نظر الكاتب؛ فالأحداث يتجسدها التاريخي والمكاني متواجده أمامه من خلال تقنية الواقع الافتراضي (Virtual Reality) (*).

كما أن النص الفائق يشجع القارئ على استخدام معارفه وخبراته السابقة لتقوده خلال النص؛ فهذه المعارف والخبرات السابقة تكون بمثابة ستارة خلفية لرغبات القارئ؛ وهذه الرغبات تساعد على اختيار طريقته خلال النص؛ لهذا فالقارئ غير مقيد باتباع تنظيم معين مفروض من قبل الكاتب (†).

فطبيعة النص الفائق لا تجعل القراء يسلكون نفس المسلك في قراءة نفس الموضوع مما ينجم عنه اختلاف فهم القراء للقصص الإخبارية الواحدة وفقاً للمسلك الذي يسلكه كل قارئ؛ فمنهم من يكتفي برابطة واحدة ليقراها، في حين يود آخر أن يسلك رابطتين أو ثلاث... الخ، مما ينجم عنه اختلاف فهمهم لنفس القصة وفقاً للروابط التي يزورونها (‡)، وبالطبع هذا لا ينفي دور الاختلافات الفردية المتمثلة في الوضع الديموجرافي والثقافي والأيدولوجي... الخ، لكنه يضيف إليها دور النص الفائق.

لقد تغير دور القارئ في النص الفائق فيمكن له في بيئة النص الفائق المتقدمة أن يضيف روابطه الخاصة من خلال المنتديات التي تعد ساحة للحوار العام بين القراء

(*) Thong Lip Fei (06 November 2002) hypertext versus knowledge management: Making Connections, available online (URL) <http://ebbs.english.vt.edu/html/etuds/sims/project/hyperprojhome.html>

(†) Mindy McAdams & Stephanie Berger (2002) hypertext: The reader's experience, JEP The Journal of Electronic Publishing, University Of Michigan, available online (URL) <http://www.press.umich.edu/jep/06-03/McAdams/pages/reader.html>

(‡) Kimberly Amaral (2003) Hypertext and writing: An overview of the hypertext medium, available online (URL) <http://www.umassd.edu/Public/People/KAmaral/Thesis/hypertext.html>

إخراج الصحف الإلكترونية **قالب الأول**
والكتاب فمن خلالها يمكن أن يضيف معلومات عن وجهة نظره حيال موضوع ما
رابطاً موقعه بموقع الصحيفة، وهذا الاتجاه يسمى المؤلفين المشاركين (co-authors)،
فلكل قارئ الحق في أن يضيف إلي الموقع معلومات تؤيد وجهة نظره، كما من حق
الآخرين أن يضيفوا معلومات تؤيد وجهات نظرهم، وهنا يصبح القارئ كاتباً
للنص^(*).

ب) النص الفائق والكاتب:

في الكتابة التقليدية (الخطية / السردية / المتتابعة) يختصر الكاتب من مقالة كمية
كبيرة من المعلومات، بيد أنه في الكتابة الإلكترونية يكشف أنه مضطر لتقديم
معلومات إضافية وذلك لكي يكمل القصة بكاملها، فالمساحة غير المتناهية تعمق
الالتزام الأخلاقي لدى الكاتب بطرح كل ما لديه من معلومات حول الحدث^(*)،
علاوة على ذلك فالكاتب ملزم أن يقدم كمية كبيرة من المعلومات لتعدد مستويات
القراء أمامه، وبالتالي تعدد المسارات التي يمكن أن يتبعها أي قارئ.

في الكتابة التقليدية يبنى الكاتب كتاباته في ترتيب محدد بداية وسط ونهاية، وهذا
الترتيب يعطي الكاتب الكلمة الأخيرة في سيطرته على النص، بيد أن كاتب النص
الفائق لا يستطيع أن يفرض على القارئ مساراً معيناً يتبعه خلال النص، ولكن يظهر
دوره فقط في ترتيب الروابط التي يسلكها القارئ، فالكاتب يقرر أي جزء من القصة
يسري أولاً، بالإضافة إلى الروابط التي يمكن أن يتبعها القارئ، وهذا المبدأ يطبق على
كل صفحات النص الفائق^(*).

(*) George Landow (2003) Hypertext 2.0: An Interview With George Landow, available online (URL) <http://www.altx.com/hypertext/georgelandow.htm>

(*) Mindy McAdams & Stephanie Berger (2002) hypertext: Authoring: Choices IN Omission, JEP The Journal of Electronic Publishing, University Of Michigan, available online (URL) <http://www.press.umich.edu/jep/06-03/McAdams/pages/omission.html>

(*) Mindy McAdams & Stephanie Berger (2002) hypertext: Authoring: Choices in Order, JEP The Journal of Electronic Publishing, University Of Michigan, available online (URL) <http://www.press.umich.edu/jep/06-03/McAdams/pages/order.html>

(ج) العلاقة بين القارئ والمؤلف:

دعا ظهور النص الفائق المنظرين إلى طرح سؤالين هامين دارت حولهما مجادلات ومناقشات عديدة هما، الأول: هل يعد ظهور النص الفائق إشارة إلى اختفاء دور المؤلف؟ ، الثاني: هل ميلاد القارئ مع ميلاد النص الفائت يؤدي بحياة المؤلف؟ .

لقد طمست النص الفائق الحدود بين القارئ والكاتب؛ ولذلك فرق رولند بارثز (Roland Barthes) بين نوعين من النص: النص القارئ (Readerly)، والنص الكاتب (Writerly) - يبرز هذان المصطلحان للتفرقة بين الكتابة المطبوعة والكتابة الإلكترونية -؛ فالنص القارئ: هو النص الذي يجبرنا أن نقرأ بشكل سلبي (مثل النص الكلاسيكي Classic text) وهو نوع من قراءة النص، أما النص الكاتب: فهو النص الذي يدعونا إلى التعاون في إنتاج المعنى (مثل النص المعصري Modernist text) وهو نوع من قراءة النص أيضاً^(*).

فالكاتب في النص الفائق لا يضمن أي الروابط التي قد يتبعها القارئ في إبحاره عبر النص؛ إنما يخضع ذلك لعامل الخبرة والعامل المعرفي لدى القارئ^(**)، ويمكن تقريب ذلك بمثال من واقع الحياة: فالقارئ الذي يدخل مكتبة ما لا يعرف عن توجهه شيء سوى أنه يقرأ فيمكن أن يقرأ معلومات سياسية أو اقتصادية أو دينية الخ.

إن الكتاب في العصر الإلكتروني يجب أن يقوم بدور الأموات عوضاً عن الموت الحقيقي؛ فيجب أن يعطوا القارئ خيارات عديدة داخل النص، ويجب عليهم أن لا يملوا عليه طريقة معينة يتبعها في قراءته للنص؛ فحرية القارئ تتحقق من خلال السيطرة على الكاتب أو الحد من حريته المطلقة في تحديد مسار القارئ في القراءة.

رابعاً، وظائف ومعايير النص الفائق:

يقوم النص الفائق بالمديد من الوظائف بالنسبة لكل من المخرج والقارئ

(*) Jeff Partridge (2002) The Production of Meaning: The "New" Author EL3271B Hypertext Theory: Writing in the Electronic Era, lecture3, available online (URL) <http://courses.nus.edu.sg/course/ellip/courses.nus.edu.sg/2/Lecture%203--Authorship.ppt> see also http://courses.nus.edu.sg/course/ellip/courses.nus.edu.sg/2/lecture_3.htm

(**) Mindy McAdams & Stephanie Berger (2002) hypertext: the Reader's Experience, JEP The Journal of Electronic Publishing, University Of Michigan, available online (URL) <http://www.press.umich.edu/jep/06-03/McAdams/pages/reader.html>

والكتاب والنص - هذه الوظائف تعج بها مواقع الإنترنت لذا لا داعي لطرحها هنا ونكتفي بإجمالي وظائفها -؛ فهو يقوم بتمديد المساحة أمام المخرج من زاوية، ويقوم كذلك بتنسيق تلك المساحة عن طريق تقسيمها إلى مساحات فرعية مترابطة، أما بالنسبة للقارئ فهو يسهم في تنسيق معارفه من ناحية، ويجعله مشاركاً فاعلاً في صناعة النص من ناحية أخرى.

هناك العديد من المعايير التي وضعها علماء التصميم والاتصال والمعلوماتية لكي يكون النص الفائق متواكبا مع اهتمامات القراء، ونعرض فيما يلي لتوعين فقط من أشهر المعايير التي قدمها الكتاب من ناحية، ومن ناحية أخرى تتضمن العديد من المعايير التي نشرت فيما بعد وروعي في عرضها الترتيب الزمني، وهما كما يلي.

(أ) معيار ريت وبرتيا (Particia & Wright:1991):

وضع كل من ريت وبرتيا خمسة معايير لتقييم النص الفائق هي^(*):

- 1- مقدرة النص الفائق في التعبير عن المضمون بدقة.
- 2- رضا القارئ عن النص الفائق وارتباطاته من حيث كمية المعلومات.
- 3- تكيف القارئ مع النص الفائق في تناوله من حيث السهولة.
- 4- مهارات القارئ كمستخدم للمعلومات المتعلقة باستخدامه للنص السردى وكيفية مواءمته مع الشكل غير الخطي.
- 5- تكاليف الإنتاج والنشر.

(ب) معيار برجر وميندي (Berger & Mindy:2002):

وضع كل من برجر وميندي^(†) عشرة معايير لتقييم النص الفائق هي:

- 1- إعطاء المستخدم خيارات عن طريق عرض أكثر من رابطة في الصفحة الواحدة

(*) State of the Art Review on Hypermedia Issues And Applications, chapter4 .op cit (html) http://www.isg.sfu.ca/~duchier/misc/hypertext_review/chapter1.html

Original source: Wright, Patricia (1991). Cognitive Overheads and Prosthesis: Some Issues in Evaluating Hypertexts, Proceedings of Hypertext '91, 1991.

(†) Mindy McAdams & Stephanie Berger (2002) Hypertext: Ten Link Rules, available online (URL) http://www.press.umich.edu/jep/06-03/McAdams/pages/ten_links.html

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

- ٢- عدم استخدام جل متشابهة في ربط صفحات مختلفة (حلي سبيل المثال 'من نحن who we are' تربط المستخدم بالقائمين علي الصفحة، و'عنا about us' تربط المستخدم بخدمات الشركة).
- ٣- إذا ما ربطنا نفس الشيء أكثر من مرة في صفحة واحدة نستخدم نفس النص أو الرسوم لكل رابطة.
- ٤- إذا لم تصنع دليلاً شاملاً فلا تعرض علي المستخدم خيارات متشابهة، ويجب أن تكون انتقائية عن طريق اختيار أفضل الروابط واستبعاد الروابط الباقية.
- ٥- لا تعط المستخدم خيارات كثيرة حتى لو كانت متباعدة عن طريق حذف الروابط الأقل أهمية.
- ٦- لا تخف روابط الصفحات التي يريد أن يصل إليها عدد كبير من المستخدمين (مثل كيفية ملء الطلبات) ويجب توقع أهداف ورغبات وأسيقيات المستخدم.
- ٧- تجنب الروابط الغريبة وغير المتصلة وغير الضرورية، فإنها تضايق المستخدم وتجعل الموقع عديم الفائدة.
- ٨- لا تجعل المستخدم يبعد عن الموقع بدون سبب منطقي، فالصفحة التي ترسله إليها يجب أن تكون متصلة بالموضوع، ولا تشبه أي شيء في صفحتك أو أي شيء يمكن عمله بنفسك.
- ٩- اكتب الروابط بحيث تعطي نوعاً منطقياً عما تتضمنه الرابطة، ويجب أن لا تصنع روابط خادعة أو تختمل أكثر من معنى.
- ١٠- لا تستخدم جملة اضغط هنا فهي لا تخبر المستخدم بأي شيء.

خاتمة: أنواع النص الفائق:

تباري المنظرون في تقسيم النص الفائق حسب طبيعة كل تخصص، فعلماء اللغويات قسموا النص الفائق حسب السياق اللغوي، في حين قسمه علماء المعرفة طبقاً للمعلبة الإدراكية، ولم يقتصر ذلك علي اللغويين والمعرفين بل تعداه إلي علماء المكتبات والذكاء الاصطناعي والمعلومات. . . الخ كل حسب تخصصه ؛ لذا فنحن ليس بصدد طرح تلك الأنواع فما يهمنا في المقام الأول هو قارئ النص وطبيعة النص المقدم له. وهنا يبدو سؤال يحتاج إلي إجابة: هل النص الفائق يتبع الشكل أم المضمون؟

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

أعترف بداية أن هذا السؤال يمثل نوعاً من الإشكالية التي يصعب الحكم بدقتها مائة بالمائة، إلا أنه يمكننا القول - بداية - إن النص الفائق في بنائه الشكلي تابع للشكل (الإخراج) أما في بنائه الدلالي فهو تابع للمضمون (فن الكتابة)، كما أن القيام بعملية الإبحار (Navigation) والرجوع إلى صفحة البدء أو إحدى صفحات الموقع الأخرى يرتبط بالجانب الشكلي على الرغم من طبيعة الاختيار التي يقوم بها المستخدم والتي تولد نتيجة القراءة، فعلى غرض الصفحة إلا يترك المستخدم يفقد مساره في تنقلاته خلال موقع الصحيفة؛ من أجل ذلك فأنا تطرح التقسيم التالي للنص الفائق:

(أ) النص الفائق الداخلي Internal Hypertext:

هو النص الفائق الذي يحيل القارئ إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع بناء على العناوين المقدمة أمامه، وهذا النوع منتشر في كل الصحف الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت وتستخدمه الصحف الإلكترونية في عرض العناوين التي سبق وطرحتها في صفحة بدنها.

قد اتفقت الصحف الأربع (عينة الدراسة التحليلية) في استخدامها لهذا النوع؛ ويتميز هذا النوع بأنه يسمح بعرض عدد كبير من العناوين في صفحة البدء مما يجعل صفحة البدء بوابة لما تريد الصحيفة أن تنشره من معلومات.

(ب) النص الفائق الخارجي External Hypertext:

يقصد به النص الفائق الذي يحيل القارئ إلى مواقع أخرى بخلاف موقع الصحيفة، لكي يستزيد القارئ من المعلومات حول حدث معين، إلا أنه يجب هذا النوع إمكانية ترك القارئ لموقع الصحيفة الأصلي وعدم العودة له نتيجة دخوله موقع آخر في الوقت الذي يتركه القارئ انطباع إيجابي عن الصحيفة التي توفر له الروابط التي يريدها.

قد تبين من تحليل المهام أن الصحف المصرية - عينة الدراسة - تلجأ إلى هذا النوع لأنها تكتفي بما ينشر في نسخها الورقية، أما الصحف الأمريكية فقد استخدمت هذا النوع في تقديم الخدمات الإعلامية، وفي معالجة الكثير من الأحداث الساخنة سواء أكانت داخلية أم محلية.

ج) النص الفائق المحلي Home Hypertext:

يقصد بالنص الفائق المحلي النص أو الشكل الجرافيكي الذي يسمح للقارئ بالتنقل داخل نفس الصفحة، وهناك نوعان من الروابط المحلية، أحدهما يستخدم في الصفحة الرئيسية (صفحة البدء) ويسمح للقارئ بالتنقل داخل أرجاء الصفحة وتلجأ الصحيفة عادة لهذا النوع لعرض أكبر قدر من المعلومات والأخبار في صفحة بدتها ويكون التنقل هنا لأعلى أو لأسفل، الآخر يستخدم في الصفحات الداخلية لجعل القارئ ينتقل بين ثنايا الخبر أو القصص الإخبارية وفقاً لمعلوماته حولها فيمكن أن ينتقل إلي ربطتين فقط من عشر روابط ويمكن أن ينتقل إلي ثلاث أو عشرة وفقاً لمعلوماته ويوفر ذلك للقارئ الوقت ويساعده علي تنظيم أفكاره ويكون التنقل هنا بين العنصر المختار وقائمة الروابط الأساسية.

ومن خلال الدراسة التحليلية يتبين أن جريدة الجمهورية هي الوحيدة التي استخدمت النوع الأول الخاص بالتنقل من أسفل إلي أعلى أو العكس، وقد استخدمته عقب عرض كل خبر في صفحتها الرئيسية، ويمزو الباحث عدم استخدام هذا النوع من قبل الثلاث صحف الأخرى إلي أن صفحة البدء ليست طويلة بالقدر الذي يجبرهم علي استخدام روابط داخلية من النوع الأول. بالإضافة إلي أن مساحة صفحة البدء تكون مكتظة بالأخبار الحيوية التي لا تترك لكلمة زائدة مكاناً، أما النوع الثاني الخاص بالتنقل بين ثنايا القصص الإخبارية فقد استخدمته صحيفة النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي في تناولهما لبعض القصص الإخبارية الدولية والمحلية.

د) النص الفائق والقوي الفاعلة Factor Power & Hypertext:

يقصد به النص الفائق الذي يحيل القارئ إلي قوي فاعلة في النص مثل الشخصيات العامة من: السياسيين والكتاب، والفنانين والرياضيين... الخ، ويقيد هذا النص الفائق القارئ في توثيق علاقته بالقوي الفاعلة من ناحية والاستزادة من معلوماتهم حول أحد الأخبار المهمة من ناحية أخرى، في حين يفيد الصحيفة في إبراز تميزها والتأكيد علي قدرتها في ربط القارئ بالشخصيات التي يجيها من ناحية أخرى، ويتم هذا الربط من خلال تقديم مواقع القوي الفاعلة علي الشبكة أو من خلال البريد الإلكتروني.

لم تقدم الصحف المصرية - عينة الدراسة - من هذا النوع فهي لم تقدم روابط لأي قوِي فاعلة في النص فكما سبق القول فإنها تكتفي فقط بتقديم المواد الصحفية المنشورة في نسختها الورقية فقط .

غير أن الصحف الأمريكية عينة الدراسة أفادت من هذه الإمكانيات في ربط القارئ بالعديد من الشخصيات الرياضية ، والفنية والسياسية لكي تزيد من معلومات القارئ عن هذه الشخصية أو توسع مداركه من خلال مناقشته مع تلك القوي .

(هـ) النص الفائق والقائم بالاتصال Communicator & Hypertext

يقصد بربط النص الفائق بالقائم بالاتصال خلق أداة اتصال بين القائم بالاتصال والمتلقي عبر النص ، ويقصد هذا النوع في تدعيم الصلة بين الطرفين ، ويرد ذكر هذا النوع تفصيلاً في البحث الثاني من الفصل الثالث .

سابعاً: أشكال الروابط الفائقة:

هناك شكلان أساسان للروابط الفائقة التي تستخدمهما الصحف الإلكترونية لربط القارئ بالمواد المقدمة له ، أولها : الرسوم الجرافيكية ، ثانياً : النص ، ولكل نوع من الاثنين المزايا التي تدعم استخدامه والعيوب الناجمة عن استخدامه ، علاوة على ذلك تلجأ الصحف لاستخدام الاثنين معاً كروابط فائقة ، ونعرض فيما يلي لهذه الأشكال .

(أ) الشكل الجرافيكي:

تستخدم بعض الصحف الإلكترونية الرسوم الجرافيكية كأيقونات لربط صفحاتها المختلفة ، فهذه الرسوم تحظى بجاذبية بصرية (Visual Appeal) ، فأعين الأشخاص تنجذب عادة إلى بقع الألوان ، كما أنها تقدم للمستخدم توضيحاً بصرياً (Visual Representation) يعرفه كيف يحجر بطريقة صحيحة خلال الصفحات ، غير أن استخدام الرسوم الجرافيكية كروابط ينطوي على بعض العيوب ؛ فالعديد من القراء لا يفهمون الرسوم الجرافيكية كروابط ، علاوة على ذلك فإن الرسوم الجرافيكية تأخذ فترة طويلة لتحميل الصفحة (*) .

(*) Graphic Designs, INC.(2002) Navigation schemes in web site design , available online (URL) <http://www.granfastiedesigns.com/navigation.html>

إخراج الصحف الإلكترونية الهدف الأول
 وبعد وقت تحميل الصفحة للمحك الأساسي الذي يعمل عليه في استخدام الرسوم الجرافيكية كروابط من عدمه، فهناك قاعدة تری ضرورة أن يقع حجم الصورة بين كيلو بايت (1K) وخمسة كيلوبايت (5K)، أما طول الرسوم الجرافيكية فيجب أن يقع بين (٦٠) و (١٦٠) بيكسل، أما عرضها فيجب أن يقع بين (٢٥) و (٦٠) بيكسل لدرجة تحميل الصفحة^(*).

جدول (١٢) بوضوح: استخدام الصور الجرافيكية كروابط

المصدر	القاعدة	اتباع القاعدة			الخروج عن القاعدة			الإجمالي العام	
		العدد	الحجم (kb)	المتوسط	العدد	الحجم (kb)	المتوسط	العدد	الحجم (kb)
الأهرام		٣١	٨٢	٢,٦٤	٥	٤٤	٨,٨	٣٦	١٢٦
الجمهورية		٤٣	٦٤	١,٤٩	١	٦	-	٤٤	٧٠
النورورك تايمز		٨	٣,١	٠,٣٨	-	-	-	٨	٣,١
يو أس آيه توداي		٢	٣	١,٥	-	-	-	٢	٣

يتضح من الجدول السابق أن جريدة الأهرام أسرفت في استخدام الرسوم الجرافيكية كأيقونات ربط عوضاً عن النص المكتوب لربط الصفحة الرئيسية وموضوعاتها، فقد استخدمت هذه الرسوم في تقديم تقسيمات أبوابها، وإصدارات دار الأهرام، علاوة على خدمات الجريدة والتعريف بها، ثم تلتها جريدة الجمهورية في هذا الإجراء، فقد استخدمت أيقونات الربط في تقديم تقسيمات الصحيفة وأبوابها وإصدارات دار التحرير، غير أن الصحيفتين تجاهلتا قاعدة عدم الإكثار من الرسوم الجرافيكية التي تعطل تحميل الصفحة.

أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد أدركتا تلك الحقيقة فاستخدمتا الأيقونات في أقل نطاق ممكن ولم تشذاً عن القاعدة.

(*)Graphic Designs, INC.(2002) Navigation schemes in web site design, available online (URL) <http://www.grantasticdesigns.com/navigation.html>

ب) الشكل النصي:

الميزة الأساسية وراء استخدام النصوص كروابط تظهر من خلال سرعة تحميل الصفحة، أما العيب الأساسي في استخدام النصوص كروابط يرجع إلى أنها تشكل نوعاً من الإجهاد لعين القارئ خاصة إذا ما كانت هناك كمية كبيرة من اللون الأزرق منتشرة على طول الصفحة^(*).

استخدمت صحيفة الأهرام الروابط النصية في تقديم عناوين الإخبار الرئيسية والمجموعة التي تدخل القارئ إلى الأخبار في يوم الصدور، علاوة على عنوان (في الأهرام اليوم) الذي يحتوي على روابط ببعض المقالات والتحقيقات المنشورة في الجريدة، وأحياناً تقارير المراسلين.

أما صحيفة الجمهورية فلم تختلف عن صحيفة الأهرام في استخدامها للروابط النصية؛ فقد استخدمتها في طرح عناوينها الإخبارية الرئيسية والمجموعة، بالإضافة إلى عنوان (اقرأ اليوم) الذي يحتوي على العديد من عناوين الأخبار والموضوعات الصحفية والمقالات والتحقيقات.

في حين اختلفت صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي في استخدامها للنصوص كروابط عن سابقتيهما (الأهرام والجمهورية)، فقد استخدمت النيويورك تايمز النصوص لتقديم تبويب الصحيفة المتمثل في تبويبها (الإخباري، والخدمات، والرأي، وركن القارئ، ومعلومات الصحيفة وملاحقها)، كما استخدمته في تقديم العناوين الرئيسية وموضوعاتها المجموعة وعناوينها الإخبارية، وقد نهجت جريدة اليو أس آيه توداي نفس النهج في استخدامها للنصوص كروابط، فاستخدمتها في تقديم تبويبها، وعناوينها المجموعة وعناوينها الرئيسية.

ج) الشكل الجرافيكي والنصي:

يمزج هذا الشكل بين النوعين السابقين (الجرافيك والنصي) مكتسباً مميزاتهما ومتلافياً بعض عيوبهما، فهو يتلافى كتابة النص من خلال تقديم الرابط الجرافيكي مصاحباً للرابط النصي.

(*) Graphic Designs, INC.(2002) Navigation schemes in web site design, available online (URL) <http://www.grantasticdesigns.com/navigation.html>

ومن الدراسة التحليلية يتبين استخدام صحيفة الأهرام لهذا النوع ويتم ذلك عادة عندما تكون الصور مصاحبة للأخبار، أما صحيفة الجمهورية فلم تستخدم الصور والنصوص كروابط مزدوجة مكتفية بالمناويس فقط إلا أننا نرى أنه يجدر بالصحيفة أن تستخدم الربط المزدوج؛ فهو لا يضيف وقتاً إضافياً لتحميل الصفحة.

علي الجانب الآخر لم تترك صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي صورة إخبارية دون تدعيمها كأداة ربط مع العنوان، إلا أنهما اختلفتا في الكم لا الكيف، فصحيفة اليو أس آيه توداي تحتوي علي صور إخبارية أكثر من النيويورك تايمز.

التعليق العام:

إذا ما كان النص الفائق القاسم المشترك بين الكتابة الإلكترونية والإخراج الإلكتروني فلأن لكل نوع من الاثنين الفواصل الدقيقة التي تحدد بداية الاتصال والانفصال بين الاثنين؛ فالنص الفائق يعتمد عليه اعتماداً كاملاً في الكتابة الإلكترونية لتنظيم عملية القراءة من زاوية، وإنتاج نص تفاعلي يساعد القارئ علي فهم النص والتفاعل معه من زاوية أخرى، أما الإخراج الإلكتروني فينصب تركيزه - بن واء - استخدامه للنص الفائق - علي كيفية ولوج القارئ عبر النص من ناحية، والحفاظ عليه داخل الموقع وعدم إفلاته من قبضة الموقع إلي موقع آخر من ناحية أخرى.

وإدراكاً لهذا الفارق بين استخدام النص الفائق في الكتابة الإلكترونية والإخراج الإلكتروني سميت صحف الدراسة - حسب رؤيتها في الإفادة من نوعية النص الفائق - إلي رسم مسار القارئ عبر صفحاتها من خلال استخدامها العديد من أنواع النصوص الفائقة؛ فقد استخدمت صحف الدراسة الأربع النص الفائق الداخلي، بينما تباينت في استخدام النصوص الفائقة الأخرى مثل: النص الخارجي، ونص القوي الفاعلة. ونص القاسم بالاتصال؛ فقد استخدمتهم كل من النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقط، في حين استخدمت صحيفة الجمهورية النص الفائق المحلي لمساعدة القارئ في التنقل عبر صفحاتها، وعلي يتضح إفادة الصحف الأمريكية - عينة الدراسة - من أنواع النص الفائق في تحديد مسارات القارئ من زاوية، وإمداده بالمعلومات من زاوية أخرى، مما ينتج عنه الحفاظ علي القارئ داخل موقع الصحيفة، في الوقت الذي تدنت فيه إفادة الصحف المصرية - عينة الدراسة - من هذه النوعية.

مثلاً تدلني مستوي إفادة الصحف المصرية من أنواع النص الفائق واكب ذلك

التدني خروج الصحف المصرية علي القواعد العلمية الخاصة بأشكال الروابط، فقد عولت الصحيفتان في استخدامهما لأشكال النص الفائت علي شكل الرسوم الجرافيكية متجاهلة التحذيرات التي قدمتها الدراسات العلمية الداعية إلي عدم الإكثار من هذه النوعية؛ لأنها تسهم في زيادة حجم الصفحة، وبالتالي بطء تحميلها بسرعة أمام المستخدم، أما الصحيفتان الأمريكيتان فقد استخدمتا القواعد العلمية الخاصة بالنص الفائت من نوعية الرسوم الجرافيكية، وعليه يظهر بجملاء اعتماد الصحف الأمريكية علي القواعد العلمية الخاص بإعلاء سرعة تحميل الصفحة علي القيمة الجمالية للصفحة والتي تتمسك بها الصحف المصرية.

لقد اتفقت نتائج الدراسة الميدانية مع نتائج الدراسات السابقة ذات الصلة فيما يخص أفضلية النص الفائت عن النص السردى، فقد اتفقت هذه الدراسة مع دراسة كل من مون جوينج عام ١٩٩٨، ودراسة هيكه ١٩٩٩، ودراسة برجر عام ٢٠٠١، ودراسة مارك عام ٢٠٠١.

بيد أن الصحف الإلكترونية عينة الدراسة قد تباينت في الاستفادة من نتائج هذه الدراسات؛ فقد أفادت منها الصحف الأمريكية في تقديم أخبارها بشكل يسمح للمستخدم بالاختيار من بين أكثر من مسار في القصة الإخبارية، في حين لم تمر الصحف المصرية هذا النتائج اتباعها واستمرت في تقديم قصصها وموادها الإخبارية في مسار واحد فقط، وعليه يجب أن تفيد الصحف المصرية من تقنية النص الفائت ولا تركز إلي المسار الواحد والرؤية الأحادية في تقديم قصصها وموادها الإخبارية.

المبحث الثالث

الوسائط المتعددة

يتصرف مصطلح الوسائط المتعددة إلى كل من : الرسوم المتحركة والصوت والفيديو بشكل أساسي ، وتقنية الواقع الافتراضي (Virtual Reality) بشكل غير جوهري^(*) ، وهذه الوسائط جاءت لتندمج الوسائط التقليدية المتمثلة في النص والصورة .

ولكل نوع من الوسائط المتعددة الثلاث (الرسوم المتحركة ، والصوت ، والفيديو) مزاياه ، ولكن يجمع بينهم عيب مشترك وهو كبر حجم ملفات الوسائط المتعددة ، وهذا العيب يتفاوت في الوسائط الثلاث ، فيقل في ملفات الرسوم المتحركة ، ويزداد في ملفات الصوت ، ويتعاقظ في ملفات الفيديو ، وتتميز هذه الوسائط الثلاث بأنها

(*) الواقع الافتراضي (VR) Virtual Reality ويشار إليها بلغة نمذجة الواقع الافتراضي Modeling Language-[VRML] : وهو بيئة تفاعلية ثلاثية الأبعاد مولدة بشكل كامل بواسطة الكمبيوتر وتبدو للمستخدم كأنها واقعية ، وتُتيح تقنية الواقع الافتراضي بناء بيئة افتراضية ثلاثية الأبعاد تتفاعل ناصرها مع المستخدم بطريقة تُوحى بأنه في داخل المشهد الذي يتابعه ، ولتقنية الواقع الافتراضي العديد من التطبيقات العملية ، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر المحاكاة (simulation) (مثل بعض أنظمة المحاكاة الخاصة بتدريب الطيارين ، وبعض أنظمة المحاكاة الخاصة بتدريب الجراحين على عمليات وحمية قبل أن يخوضوا في العمليات الجراحية الفعلية) ، والتعليم ، والألعاب والترفيه ، فضلاً عن إمكانية استخدام هذه التقنية في التجارة الإلكترونية E-commerce يُمكن استخدام تقنية الواقع الافتراضي لبناء متاجر ومحلات افتراضية ، كما يُمكن الاستفادة من هذه التقنية في الحملات الترويجية والدعائية عبر الإنترنت) . وقد طُوِّرت لغة نمذجة الواقع الافتراضي ، لتكون وسيلة لتضمين ملفات الواقع الافتراضي في صفحات الويب ، ولكن تنبغي الإشارة هنا إلى أن وجود ملفات الواقع الافتراضي في صفحات الويب لا يعني أن مشاهدتها متاحة للجميع - ولهذا السبب لن تعرض الدراسة لتقنية الواقع الافتراضي - ، إذ إن هذا الأمر يحتاج إلى بعض التطلّعات المتمثلة في عتاد الكمبيوتر (Hardware) ، ونحتاج كذلك بعض البرمجيات الخاصة ، فضلاً عن احتياجها لظروف مكانية خاصة .

See: http://www.itcp.ce.ac/itportal/arabic/Content/EducationalCenter/WebDevelopment/webtools_a.asp

إخراج المصنف الإلكتروني الهدف الأول
تصنفي علي العمل الفني (الإخراج) قيمتين : الأولى جمالية تجعل العمل يتلألأ بين ثنائية السمع والبصر ، والثانية نفعية تتمثل في إمداد المخرج بعناصر مساعدة للعناصر التقليدية تساعد في التعبير عن المضمون ببراعة ودقة أكبر من ذي قبل .
غير أن هذه الملفات علي الرغم من احتوائها علي وسائل إيهار وجذب للاثباه إلا أنها لا يمكن أن تعمل منفردة بدون الحاجة إلي الوسائط التقليدية (الصور والنصوص) ، وتعرض فيما يلي للوسائط المتعددة محاولين الإيجاز .

أولاً: الرسوم المتحركة:

هي أسلوب عمل حركة خادعة عن طريق استعراض سلسلة من الصور المختلفة^(*) التي تمر بسرعة فائقة خادعة العين عن طريق ما يسمى بالخداع البصري وذلك برؤية هذه الصور متحركة^(**) ، معتمدة في ذلك علي نظرية بقاء الرؤية (persistence of vision) . علي شبكة العين لمدة ١ / ١٠ من الثانية بعد زوال الصورة الفعلي^(*) .

تتعدد تقنيات وبرمجيات صنع الرسوم المتحركة علي الإنترنت ؛ فهناك الكثير من لغات البرمجة والبرمجيات التطبيقية التي تتيح لمصمم الصفحة تدعيمها بالرسوم المتحركة ، ومنها علي سبيل المثال لا الحصر : (java , shockwave , QuickTime , Mbed , enliven , sizzler , JavaScript , formation & gif)^(*) .

يبد أن بعض هذه البرمجيات والتطبيقات الجاهزة لا تدعمها بعض مستعرضات الويب ، ومنها ما يحتاج إلي دعم برامجي علي جهاز العميل ، ومنها ما يحتاج إلي برامج أخرى لتشغيلها ، ومنها ما يشغل مساحة كبيرة علي الصفحة مما يؤدي إلي ملل المستخدم ؛ ومن ثمة إغراضه عن الصفحة .

(*) يتم التعامل مع كل صورة علي أنها إطار ؛ حيث يتم التحكم في سرعتها بزيادة عدد الإطارات التي تعرض في الثانية الواحدة ، فكلما زادت الإطارات التي تحتوي عليها الرسوم المتحركة زادت سرعة الصورة وحركتها .

(*) Dyson Peter, Pocket dictionary [1998] the pc user's essential accessible, San Francisco: Sybex computer books, p15

(†) Brian W. Rich (2000) The Saturday Scientists: Experimenting With Simple Animation Device, available online [URL] <http://www.west.net/~science/animate.htm>

(*) For more Details see: <http://wdvl.internet.com/multimedia>

إخراج الصحف الإلكترونية الكتاب الأول

كما أن هناك تطبيقات سهلة الاستخدام وتدعمها معظم المستعرضات وتشغل مساحة قليلة، ولكن المحك الأساسي في استخدام التطبيقات أو البرمجيات هو الهدف الذي يشهده مصمم الصفحة من وراء استخدامه لهذه اللغة أو تلك أو هذا التطبيق أو ذاك، فالرسوم المتحركة سلاح ذو حدين؛ فإن لم تستخدم في مجالها وموقعها الصحيحين عصفت بمستقبل الصحيفة على الإنترنت، فالمستخدم يجد المعلومات في أكثر من موقع على الإنترنت، وهو في الغالب يسعى لتحقيق معادلة الحصول على أكبر كم من المعلومات في أقصر وقت وأسهل طريقة وأقل عناء.

ويمكن للرسوم المتحركة أن تقوم بأدوار ووظائف متعددة في الصحف الإلكترونية، فيمكن لها أن تمد مساحة الصفحة أمام المشاهد لتبدو أكبر من الواقع الفعلي، كما أنها تقدم قيمة جمالية للصفحة وتثبت فيها الحركة، بيد أن الصحف الإلكترونية لا تعتمد على الرسوم المتحركة في النواحي الإعلامية، وقد تبينت عينة الدراسة الميدانية في عزو السبب وراء عدم استخدام الصحف الإلكترونية للرسوم المتحركة كمناوئين للأخبار أو كصور متعاقبة للأحداث؛ فقد أرجع ستة وعشرون محكمًا بنسبة ١٠٠٪ السبب في ذلك إلى أن الصور المتحركة تأخذ مساحة كبيرة مما يؤثر بدوره على سرعة تحميل الصفحة، في حين رأي ثلاثة وعشرون محكمًا بنسبة ٨٨,٥٪ إن السبب في ذلك يعود إلى أن الصحف ليس لديها الوقت لصناعة الرسوم المتحركة، بينما أرجع سبعة عشر محكمًا بنسبة ٦٥,٥٪، إن السبب في ذلك يعود إلى أن الصحف الإلكترونية تعطي أهمية أعلى للإعلان في استخدامها للرسوم المتحركة عن المواد الإخبارية، في حين أرجع ثلاثة محكمين بنسبة ١١,٥٪ السبب في ذلك يعود إلى أن الصحف الإلكترونية ليست لديها كوادير كافية لصناعة الرسوم المتحركة.

أما واقع استخدام الرسوم المتحركة في الصحف الإلكترونية فيشير إلى استخدامها في تقديم الإعلانات وهو ما توضحه الأنواع التالية:

(أ) أنواع الرسوم المتحركة التي تستعين بها صفحات الويب:

على الرغم من تعدد تقنيات الرسوم المتحركة إلا أن أكثر هذه التقنيات استخدامًا على الإنترنت هما: تقنية الرسوم المتحركة المصنوعة من ملفات (GIF)، تليها تقنية الرسوم المتحركة من نوعية (shockwave Flash) والتي تأخذ امتداد (SWF)، وتعرض فيما يلي لهذين النوعين:

(١) تقنية (GIF)

تعتمد الرسوم المتحركة من نوعية (GIF) علي عدد الإطارات (الصور) التي تمر في الثانية الواحدة، ويحتوي كل إطار من تلك الإطارات علي فكرة جديدة؛ قد تكون جديدة في الشكل أو المضمون، ويستتبع زيادة عدد الإطارات زيادة في سرعة النصوص المتحركة من زاوية، وزيادة في حجم الملفات من زاوية أخرى^(*).

تخفى الرسوم المتحركة من نوعية (Gif) بميزتين، الأولى: تدعيم كل المستعرضات تقريباً لهذه الصور سواء أكانت متواضعة الإمكانيات أم عالية الإمكانيات، والثانية: صغر حجم تلك الملفات مقارنة بملفات جافا أبل (Java Apple)^(١)، يستتبع صغر حجمها سرعة تحميلها علي صفحة الإنترنت مما يفضي لها قيمة السرعة وعدم مضايقة المستخدم في انتظار مشاهدتها.

(٢) تقنية (Shockwave Flash)

أصبحت تقنية فلاش التي قدمتها شركة ماكروميديا (macromedia) إحدى أهم وسائل إغناء الويب؛ لما تُنتجه هذه التقنية من طرائق مبتكرة وغير تقليدية لإعلاء العروض التفاعلية (Interactive movies)^(٢).

ويُسمى العرض التفاعلي بهذا الاسم لأنه يُتيح تفاعل المشاهد معه، إذ يستطيع المشاهد - عن طريق الماوس أو لوحة المفاتيح - أن ينتقل كما يرغب بين عناصر العرض (objects) وأن يقوم بإدخال المعلومات في النماذج، فضلاً عن العديد من العمليات التفاعلية الأخرى^(٣).

تتميز تقنية فلاش بأنها تعتمد علي المتجهات (vectors) في تمثيل العناصر،

(*) Bizarre Stuff (2002) Animation Toys - Page 1, available online [URL] <http://home.houston.rr.com/molerat/persist.htm>

(٢) Jupitermedia Corporation (2003) animation, available online [URL] <http://webopedia.internet.com/TERM/a/animation.html>

(٣) Carto net (2002) comparing SWF (Shockwave Flash) and SVG (Scalable Vector Graphic) File Format Specifications, available online [URL] http://www.carto.net/papers/svg/comparison_flash_svg/index.shtml

(٤) تقنيات إغناء صفحة الويب (٢٠٠٢) الرسوم المتحركة من نوعية فلاش، متاح علي الإنترنت في
رابطة: www.itep.se/arabic/educationalcenter/commnet/webtool_a.asp

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

وذلك بخلاف التقنيات التقليدية التي تعتمد على مصفوفة نقاط لكل منها لون محدد ، وتقوم تقنية فلاش بتمثيل العناصر بواسطة علاقات رياضية تربط بين النقاط ، وعلى سبيل المثال ، قد يكون العنصر مستقيماً محدد اللون والسُمك يصل بين نقطتين ، وكما هو واضح في هذا المثال ، فإن المستقيم يحتوي على عدد هائل من النقاط التي تربط بينها علاقة رياضية معينة ، ويترتب على ذلك اختصار حجم الملف بل درجة كبيرة ، إلى جانب الدقة العالية التي تحصل عليها بسبب ربط النقاط بعلاقات رياضية محددة^(*).

تقوم العروض المبنية بواسطة فلاش على ثلاثة عناصر رئيسية^(†):

- **مسرح الحدث (Stage):** هو المساحة المرئية التي ستجري فيها أحداث العرض التفاعلي ، وقد يكون مسرح الحدث نافذة كاملة أو جزءاً من صفحة .
- **التسلسل الزمني للعرض (Timeline):** هو المسار الزمني لتعاقب أحداث العرض التفاعلي ، وهو يتكوّن عن طريق تحديد الصفات الزمنية لكل إطار (Frame) من إطارات العرض التفاعلي النهائي . (هناك أكثر من صفة زمنية لكل إطار منها موقع الإطار على محور الزمن ، وعلاقته الزمنية بالإطارات والأحداث الأخرى)
- **الطبقات (Layers):** تُتيح تقنية فلاش تمثيل الأحداث في طبقات متراكبة وشفافة ، بحيث تجري مجموعة من الأحداث في زمن واحد وعلى مسرح أحداث مُشترك .

ب) قواعد استخدام الرسوم المتحركة:

هناك مجموعة من المحاذير التي يجب أن يراعيها مصمم موقع الصحيفة الإلكترونية في استخدامه للرسوم المتحركة فيجب ألا يضع الرسوم المتحركة في منتصف الصفحة لأن ذلك يؤثر على مجال الرؤية لدى الفرد ويجعله لا يتابع القراءة المستمرة للنص نتيجة لإحساسه بالحركة⁽⁺⁾.

(*) شبكة التصميم (٢٠٠٢) تقنية: (Shockwave Flash) ، متاح على الإنترنت في رابطة :-

<http://almosamem.net/articles/tech/mxc2.php>

(†) شبكة المصممون العرب (٢٠٠٢) الإنترنت والتصميم: الصور المتحركة متى؟ كيف؟ لماذا؟ متاح على الإنترنت في رابطة :-

<http://www.dev/arabs.com/internet/showrecord.aspx?recordtype=article&id=284>

(‡) Nielsen Jakob (December: 1995) Guidelines for Multimedia on the Web, available on line [URL] <http://www.useit.com/jakob.htm>

إخراج الصحف الإلكترونية **الطلب الأول**
بالإضافة إلى ذلك، يرى الباحث أنه ليس من الحكمة أن توضع الرسوم المتحركة في مراكز الانتباه القصوى^(*) في الصفحة؛ فالرسوم المتحركة تجبر المستخدم علي الإحساس بها نتيجة لما تتضمنه من حركة.

تصلح الرسوم الجرافيكية من شاكلة (GIF) إذا ما كانت هذه الصور أو الرسوم علي شكل أيقونات، أو إذا كانت صغيرة جداً، ولكن إذا ما كان هناك داعياً لاستخدام رسوم كبيرة فلا بد من الاستعانة بالبرمجيات التي تعمل من علي جهاز الخادم والتي اصطلح علي تسميتها (plug-in) مثل (Java Applets) و (Flash)^(*).

لقد تباينت صحف الدراسة في استخدامها للرسوم المتحركة بين تهميش لقيمتها ومغالة في استخدامها، كما تباينت أيضاً في استخدامها لأنواع الرسوم المتحركة، وعليه فقد همشت صحيفة الأهرام من دور الرسوم في صفحاتها في بداية الدراسة؛ فلم تستخدم الرسوم المتحركة إلا في شهر أكتوبر ٢٠٠٢، مستخدمةً هذه التقنية في أضيق الحدود؛ فقد استخدمت تقنية ملفات (GIF) في عرض صورة واحدة طالبة من المستخدم مشاهدة أهداف كرة القدم التي تعرضها بالفيديو.

يؤخذ علي ملف الرسم المتحرك الذي استخدمته صحيفة الأهرام كبر حجمه إذ يبلغ ٧,٢٣ كيلو بايت، ويرجع كبر حجم الملف إلي كثرة الإطارات الموضوعة في الملف والتي يبلغ عددها ٦٣ إطاراً^(*)، وعلي الرغم من كبر عدد تلك الملفات إلا أنها لا تقدم ميزة نسبية في كل إطار، فمن المفترض أن يعرض كل إطار من تلك الإطارات فكرة جديدة عن سابقة في الشكل أو المضمون، إلا أن هذه الإطارات جاءت مكررة لتبطن سرعة العرض ليس إلا.

يوجد هذا الملف في الجهة اليمنى من صحيفة الأهرام في مساحة قدرها ٩٦ بيكسل

(*) يقصد الباحث بمراكز الانتباه القصوى المناطق التي تحظى بدرجة انتباه عالية في الصفحة وهي الركن الأيسر العلوي في الثقافة الغربية والأيمن العلوي في الثقافة العربية والعربية. لمزيد من التفصيل أنظر الفصل الأخير من الدراسة.

(*) Web Design group (1997) Image Use on the Web, available online [URL] <http://www.htmhelp.com/design/imageuse.htm>

(*) قاس الباحث عدد الرسوم المتحركة من خلال البرنامج التالي:

Animation Shop: copyright (1998) Jasc Software

عرضاً و ٤٨ بيكسل ارتفاعاً، وهي مساحة صغيرة إلا أنها تقع في أحد أهم مراكز الإبصار التي تغطي بأهمية عالية من العين^(*)، علاوة على ما يحتوي عليه الرسم المتحرك من جذب بصري قسري للعين تجاه الشيء المتحرك على الصفحة.

أما صحيفة الجمهورية فقد استخدمت تقنية [Shockwave Flash] في تقديم إعلاناتها في أكثر من موقع على الصفحة، فهي تستغل المساحة اليمنى واليسرى المقابلة لاسم الصحيفة واضحة في كل جهة منهما إعلاناً بمساحة قدرها ٩٠ بيكسل عرضاً مقابل ٥٥ بيكسل ارتفاعاً، كما أنها تضع تلك الرسوم فوق العناوين الرئيسية للصحيفة بمساحة قدرها ٤٢٠ بيكسل عرضاً مقابل ٤٠ بيكسل ارتفاعاً، يؤخذ على تلك الرسوم كثرتها في أماكن ذات أهمية للقارئ؛ فهي تفصل بين العناوين الرئيسية بعضها البعض، كما أنها توجد في أماكن الأهمية القصوى على جانبي شعار الصحيفة.

أما صحيفة النيويورك تايمز فقد استخدمت تقنية الرسوم المتحركة من نوعية (Gif)، غير أنها لم تركز إلى عدد محدد في استخدامها للإطارات إنما تذبذبت في استخدامها للإطارات بدءاً من إطارين وصولاً إلى عشرة إطارات، وقد وافق هذا التذبذب تذبذباً في حجم الإطارات ما بين ٥٣، ٣ كيلو بايت إلى ٦٠، ١٩ كيلو بايت. أما المساحة التي شغلها تلك الصور فقد تعددت بين مجموعة من المساحات أكثرها انتشاراً هي الصور التي عرضها ٩٠ بيكسل مقابل ٦٠ بيكسل ارتفاعاً، وهذه الصور تأخذ شكلاً ثابتاً من حيث الموقع والمساحة في الركن الأيسر العلوي المقابل لاسم الصحيفة، تليها في الانتشار الصور التي عرضها ١٨٤ بيكسل مقابل ٩٠ بيكسل ارتفاعاً وتقع في العمود الأيمن بعد سحب الصفحة لأسفل بمقدار ١٥٠٠ بيكسل، تليهما في الانتشار الصور التي عرضها ٨٦ بيكسل مقابل ٤٠ بيكسل ارتفاعاً وتقع في العمود الأيسر بعد سحب الصفحة لأسفل بمقدار ١٧٠٠ بيكسل، وأقل تلك الصور انتشاراً هي الصور التي تشغل مساحة قدرها ٤٦٨ بيكسل عرضاً مقابل ٦٠ بيكسل ارتفاعاً وتقع في منتصف الصفحة بعد سحبها لأسفل بمقدار ١٢٠٠ بيكسل. وعلى الرغم من تلك المساحات التي تشغلها الرسوم المتحركة إلا أنها غير ثابتة

(*) لمزيد من التفصيل حول مراكز الاهتمام البصري انظر: البحث الثاني من الفصل الرابع الخاص بعناصر التصميم وحركة العين.

إخراج الصحف الإلكترونية الهدف الأول

العدد، إنما تتأرجح بين ست صور متحركة وصورتين، فلم يرصد الباحث علي مدار الدراسة خلو صفحة بدء النيويورك تايمز من الرسوم المتحركة.

أما صحيفة اليو أس آيه توداي فقد دججت بين تقنية الرسوم المتحركة من نوعية (Gif) وتقنية (Shockwave Flash) في تقديمها للرسوم المتحركة، مغلبة الرسوم المتحركة من نوعية (Gif) علي مثلتها من نوعية (Shockwave Flash) في عدد الصور المدرجة في الصفحة، وهذا لا يعني إسراف صحيفة اليو أس آيه توداي في تقديم الكثير من الرسوم المتحركة علي صفحاتها، فهي تقدم رسوماً قليلة جداً علي صفحاتها تتراوح بين رسة واحدة أو رسمتين علي أقصى تقدير.

لم تسرف صحيفة اليو أس آيه توداي في عدد الإطارات من نوعية (Gif)، ولكنها تمسجت من ثلاثة إطارات في الرسة إلي اثني عشر إطاراً واكب هذا التدرج تدرجاً في حجم ملفات صورها بدءاً من ٩,٣ كيلو بايت وصولاً إلي ١٣,٣ كيلو بايت، ووفقاً لعدد الإطارات والحجم تدرجت الصحيفة في مساحة تلك الرسوم بدءاً من المساحة للصغيرة إلي الكبيرة؛ فقد شغلت الصور الصغيرة مساحة قدرها ٨١ بيكسل عرضاً مقابل ٦٠ بيكسل ارتفاعاً، أما الصور الكبيرة فقد شغلت مساحة قدرها ٢٣٤ بيكسل عرضاً مقابل ٦٠ بيكسل ارتفاعاً، أما موقع تلك الرسوم فقد اتسم بالثبات فكانت الرسوم الكبيرة أسفل الصورة الإخبارية الرئيسية في حين كانت الرسوم الصغيرة في العمود الأيسر أسفل الصفحة.

أما ملفات (Shockwave Flash) فلم تأخذ حيزاً كبيراً علي صفحات اليو أس آيه توداي، فقد شغلت مساحة قدرها ٦٧٠ بيكسل عرضاً مقابل ٣٠ بيكسل ارتفاعاً، كما أن تلك المساحة غير مشغولة دائماً بتلك الرسوم فتارة تكون مادة إخبارية، وتارة تكون رسم متحرك وكونتها مادة إخبارية هو الأعم، وهذه المساحة الطولية تظهر للمستخدم قرب شريط الحالة.

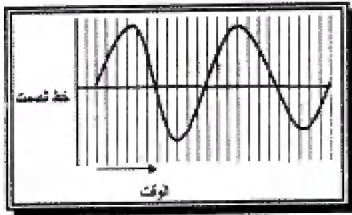
ثانياً: الصوت:

يعرف الصوت من الناحية الفيزيائية بأنه تخلخل في الهواء ينتج عنه موجات، هذه الموجات تدرك كصوت في أذن الإنسان، ويجب ملاحظة نقطتين مهمتين عن موجات الصوت الأساسية - شكل رقم (١) - : الأولى: الاتساع (Amplitude) وهو المسافة بين خط المنتصف (الصمت) والخط الأعلى والخط الأسفل للذروة الموجة، وتعني قمة

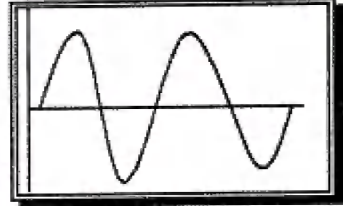
إخراج الصف الإلكتروني **الباب الأول**
 الموجة الصوت العالي، ينشأ يعني قاعها الصوت المنخفض الثانية: التردد (Frequency) وهو سرعة حركة الموجة (عدد الموجات التي تمر خلال ثانية) والتردد العالي ينتج عنه موجات سريعة تؤدي إيقاع سريع ، والتردد الضعيف ينتج عنه موجات بطيئة تؤدي إيقاع بطيء(*) .

(أ) تحويل موجات الصوت إلى عينات رقمية:

الموجات التماثلية [Analog Waves]: هي خط مستمر بدون نهاية لاتساع قمة الموجة عبر طولها وهو ما يوضحه شكل (1) ، ولتحويل الموجات التماثلية إلى إشارات رقمية يأخذ الكمبيوتر مقاسات لاتساع الموجة عند نقطة محددة في الزمن، وكل مقياس يؤخذ يسمى العينة [Sample] ، وعليه فإن تحويل الصوت التماثلي إلى رقمي يسمى معاينة الصوت وهو ما يوضحه شكل (ب) .



شكل (ب) معاينة موجة الصوت



شكل (أ) الموجات التماثلية

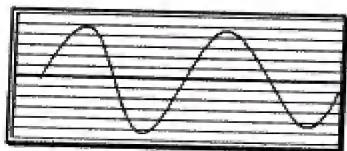
شكل [٦] يوضح: موجات الصوت

وعلي غرض الصحيفة الإلكترونية أن يدرك أنه لا يستطيع أن يتوصل إلى دقة الصوت الأصلي ، فبما أن الصوت الأصلي ليس له نهاية لاتساع الموجات فإن الوصول إلى دقة الصوت الأصلي تعد نوعاً من المعال، ولكن يمكن الاقتراب إلى الصوت الأصلي بزيادة عدد العينات التي تؤخذ في الثانية وقيم اتساعها [Amplitude Values] .

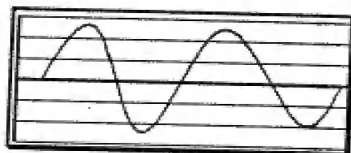
(*) Laura Lemay(1997) teach yourself Web publishing with HTML3.2 in 14 days , second professional reference edition, Indiana polls Sams Net, p276.

تُسمَّى عدد العينات التي تؤخذ في الثانية بمعدل العينة [Sample Rate] وتقاس عادة بالكيلو هرتز (KHz) ، وهناك العديد من معدل العينات التي تستخدم اليوم ولكن أكثرها استخداماً هي العينات التالية : 22kHz ، 11KHz ، 44KHz .

بالإضافة إلى معدل العينة هناك حجم العينة [Sample size] والذي يُسمَّى أحياناً بمقدار العينة [Sample Resolution] ، وهناك نوعان لحجم العينة هما [8Bit] و [16Bit] ويشيران إلى الزيادة بين قمة وقاع الموجة ، فإذا ما كان هناك ٨ بيت بين قاع الموجة وقمتها فهذا يعني أن هناك ٢٥٦ مستوى من بيانات الصوت تصفهما أي ١٢٨ بيانات سالبة [Negative Data] ، والنصف الآخر بيانات موجبة [Positive Data] أما إذا كان هناك ١٦ بيت بين قاع الموجة وقمتها فهذا يعني أن هناك ٥٣٦ ، ٦٥ مستوى نصفها بيانات سالبة تحت خط الصمت ونصفها الآخر بيانات إيجابية فوق خط الصمت (*) .



عينة صوت ١٦ بيت شكل رقم (ب)



٨ بيت شكل رقم (أ)

شكل [٧] يوضح: حجم العينة (مقدار عينة الصوت)

أما المنطقة الأخيرة في تحويل الصوت التماثلي إلى صوت رقمي هي قنوات الصوت [Sound Channels] ؛ فالصوت يتم تحويله إلى إشارات رقمية إما على هيئة قناة أحادية [Mono] أو مجسمة (ثنائية) [Stereo] ، فالصوت المجسم يأخذ حجماً أكبر من الصوت الأحادي ؛ فهو يشغل ضعف مساحة الصوت الأحادي .
يوضح الجدول التالي المساحة التي يشغلها الصوت وفقاً لمعدل العينة وقناة الصوت في الدقيقة .

(*) Philip V.W. Dodds (1995) Digital Multimedia Cross-Industry Guide, Washington: Butterworth -Heinemann , pp. 164-165

جدول (١٣) يوضح : مساحة الصوت

حجم الملف الصوتي في الدقيقة باليت stereo	حجم الملف الصوتي في الدقيقة mono	معدل المعاينة بالتحديد	معدل المعاينة الشائع
960KHB	480KHB	8 KHz	8 KHz
1,323MB	661.5KHB	11.025 KHz	11 KHz
2,646MB	1,323MB	22.050 KHz	22 KHz
5.80MB	2,646	44.1 KHz	44 KHz

يتضح من الجدول السابق^(*) أن عينات الصوت تختلف من حيث حجمها ، يستتبع هذا الاختلاف تباين في درجة نقاء الصوت ؛ فالمعينة [mono 8KHz] تقارب جودتها جودة صوت التليفون ، بينما تقارب المعينة الصوتية [44KHz stereo] جودة الصوت الخارج من الاسطوانات الصوتية [CD audio] .

ب) عينات ملفات الصوت:

تخزن ملفات الصوت في الكمبيوتر علي العديد من الهياث (formats) ؛ بيد أن كل نوع من هذه الأنواع يختلف من حيث الحجم الذي يشغله ، وكذلك يختلف من حيث دقة نقله للصوت الأصلي ، ومن أشهر هذه الأنواع^(**) :

١- ملفات [au] و [SND] وهما من أقدم ملفات الصوت ؛ وقد استخدما أول مرة مع نظام [UNIX] ، وتعدان من أكبر الملفات حجما .

٢- ملفات [Wave] أنشئت هذه الملفات من قبل مايكروسوفت وهي اختصار للمقات [Wave Form]

٣- ملفات [WMA] أنشئت هذه الملفات من قبل مايكروسوفت وهي اختصار للمحروف الأولي من [Windows Microsoft Audio]

(*) قام الباحث بقياس الملفات الصوتية بالدقيقة عن طريق برنامج sound recorder (الذي يأتي مع حزمة برامج الويندوز)

(*) See: Michael Lerner (2003) Downloads files: File Formats And Extensions, available online [URL]
http://www.learnhen.com/english/html34/filesxt.htm.Walthowe (12july 2001)
Audio Guide For web developers, available online [URL]
http://www.walthowe.com/pubweb/audio.htm. Techtarget (2003) The Guide To the techarget network of industry- specific it Web sites, available online [URL]
http://wbatls.techtarget.com/fileformatA/0,289933,sid9,00.html

٤- ملفات [RA] أنشئت هذه الملفات من قبل [Real Networks] وهذه الملفات

اختصاراً لمشغلها [RealAudio].

٥- ملفات [AI, AIF, MP2 OR MP3] وهذه الملفات تعمل علي مشغل

[Winamp].

وكل هذه الملفات يمكن أن تعمل علي المستعرضات الحديثة إما عن طريق التشغيل

المباشر [Built In] أو يمكن أن تعمل من خلال برمجيات أخرى [Plug In].

وباستعراض إفادة الصحف الإلكترونية - عينة الدراسة - من الصوت من عدمه

يتضح أن صحفيي الأهرام والجمهورية لم تقدما أي ملفات صوتية علي مدار

الدراسة، بينما أفادت صحيفتا النيويورك تايمز ولبو أس. آيه توداي من تلك التقنية في

تقديمها للموضوعات المختلفة سواء أكانت هذه الموضوعات سياسية أم اقتصادية أم

اجتماعية أم رياضية ... الخ.

وقد استخدمت الصحيفتان الأمريكيتان ملفات من هيئة [Ra] و [Wav] لتقديم

ملفات الصوت، وقد تباينت الصحيفتان في طريقة تقديم تلك الملفات، ففي بعض

الأحيان كانت تترك المستخدم يُحمّل الملفات [Loading] علي جهازه ثم يعاود

تشغيلها، وفي أحيان أخرى كانت تقوم بتشغيل هذه الملفات من لديها من خلال تقنية

البث المباشر (*) [Streaming] لهذه الملفات من الموقع، وفي أحيان قليلة كانت تترك

للمستخدم حرية اختيار طريقة التشغيل إما بالتحميل ثم التشغيل، أو بالبث المباشر.

أما الفترة الزمنية التي تستغرقها تلك الملفات فقد خضعت لحجم المادة الإعلامية

المقدمة للمستخدم من ناحية، وتقنية العرض من ناحية أخرى، فالمواد التي كانت

تستغرق فترة طويلة في التشغيل كانت تضعها الصحيفة بطريقة التحميل لكي يتمكن

المستخدم من الاستماع إليها كيفما يشاء ومتى يشاء.

ثالثاً: الفيديو:

تتبع أهمية ملفات الفيديو - بصفة عامة - من كونها تمسيدا للأحداث جاعلة

المشاهد يتعاطش مع الحدث وكأنه من مفرداته، بيد أن ملفات الفيديو علي الإنترنت

(*) لا يعني مصطلح البث المباشر [Streaming] أن المادة التي تقدمها الصحيفة هي بث حي للأحداث

بقدر ما تعني أن الصحيفة تبث هذه المادة دونما تحميلها علي جهاز المستخدم.

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

محاصرة بقيود بطء الاتصال التي تقلل من أهميتها من ناحية ، وكبر حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى ، إلا أن هذين القيدتين أخاذان في الانحسار شيئا فشيئا ؛ وفقا للبيئي التحتية لشبكات الإنترنت ، والطريق السريع للمعلومات [Information Super Highway] لكي تقرب سرعة توصيل ملفات الفيديو إلى سرعة البث التلفزيوني .

ثمة نقطتان ترتبطان بملفات الفيديو الأولي : خاصة بالصوت ودرجات نقائه وحجمه ومعايته ؛ وقد تم التقديم لها في القسم الخاص بالصوت ، أما الثانية : الخاصة بملفات الفيديو فتتمثل في عرض الصور ، وقد تم التقديم لها أيضا في الجزء الخاص بالرسوم المتحركة .

فعلمي الرغم من اتفاق ملفات الفيديو التي يقدمها التلفزيون مع ملفات الفيديو التي تقدمها شبكة الإنترنت من حيث اعتماد بنائها علي فكرة الإطارات إلا أنه ثمة اختلاف بين صور الفيديو المعروضة علي شاشة التلفزيون وتلك التي تعرضها شاشة الكمبيوتر ، فكل إطار في شاشة التلفزيون يقوم بمسح [Scanning] الشاشة مرتين - وتسمي هذه العملية بالتضفير [Interlacing] - يقوم في المرة الثانية بملا الفراغات التي تركها المسح الأول مولدة صورة تلفزيونية قوامها ٢٥ إطارا في الثانية الواحدة ، ولكن للصور الفعلية التي تعرض في الثانية هي ٥٠ صورة منها ٢٥ صورة للمسح الأول و ٢٥ صورة للمسح الثاني (بمائلها ٣٠ في نظامي [NTSC] و [Pal] يعادلان ٦٠ إطارا فعليا لكل نظام) ، في حين يعرض الكمبيوتر صورة بطريقة تنابعية [Sequence] ؛ أي يعرض صورة واحدة في الإطار (*) .

ووفقا لهذا العرض يجب أن يضع مخرج الصحيفة الإلكترونية لقطات الفيديو المأخوذة من التلفزيون نصب عينه ، وكذلك لقطات الفيديو المأخوذة من الكاميرات الرقمية ، فلكل واحدة لها طبيعتها الخاصة .

(*) See:

Richard Jones (2000) Tutorials: Digital Video Tutorial frames & Fields, available online [URL] <http://www.ulead.com/learning/video.htm>
David Wiswell (2003) Panasonic Technology Overview: Utilizing Overcrank / Undercrank Video from Panasonic Variable Frame Rate high Definition Camera, available online [URL] www.bitpipe.com/detail/res/981740763_402.html
Pixelink Making Digital Imaging Simple (28/08/2001) Pixelink Technical Note: Video Frame Rate Relationship Between Output Frame Size and Frame Rate, available online [URL] http://66.148.196/products_app_microscop.asp

(١) دقة وصلات الفيديو:

هناك مجموعة من العوامل التي تحكم في دقة وصلات الفيديو المنشورة على صفحة الويب ومن هذه العوامل ما يلي^(*):

(١) معدل الإطار [Frame rate]:

يقصد بمعدل الإطار عدد الإطارات (الصور) المعروضة في الثانية ، فكلما زاد عدد الإطارات المعروضة في الثانية الواحدة زادت جودة الصور المعروضة ، وفي المقابل يزداد حجم ملف الفيديو ، ولتحقيق المعادلة النموذجية لعرض ملفات الفيديو يجب أن لا يزيد عدد إطارات الفيديو عن خمسة عشر إطاراً في الثانية الواحدة لكي لا يكون حجم الملف كبيراً ، ويجب في نفس الوقت أن لا يقل ملف الفيديو عن عشرة إطارات في الثانية الواحدة لكي لا تقل جودة الصورة المعروضة ، وهذه القاعدة تخص ملفات الفيديو الخاصة بالشبكة لتحقيق سرعة العرض والتحميل^(†).

(٢) مستوى الإطار:

يشير إلى مستوى الإطار عادة بدقة الإطارات [Frame Resolution] ، ويقصد بها عدد البكسلات المعروضة على الشاشة من الفيديو طولاً وعرضاً ، ولتحقيق المعادلة النموذجية يجب أن لا تزيد مساحة ملف الفيديو عن ٢٤٠ بيكسل عرضاً × ١٨٠ بيكسل ارتفاعاً ، ويجب في نفس الوقت ألا تقل مساحته عن ١٦٠ بيكسل عرضاً × ١٢٠ بيكسل ارتفاعاً ، فإذا ما زادت مساحة ملف الفيديو عن ٢٤٠ بيكسل عرضاً × ١٨٠ بيكسل ارتفاعاً ، فإن ذلك يؤدي إلى بطء تحميل صفحة الويب ، أما لو قلت مساحة ملف الفيديو عن ١٦٠ بيكسل عرضاً × ١٢٠ بيكسل ارتفاعاً ، فإن ذلك يؤدي إلى عدم وضوح رؤية تفاصيل صور ملفات الفيديو المعروضة في الصحف الإلكترونية^(‡).

(*) Laura Lemay (1997) teach yourself Web publishing with HTML3.2 in 14 days, second professional reference edition, op cit, pp 285-300.

(†) Audio Video Affairs (2003) frame rate in digital video, available online [URL] <http://www.audio-video-affair.com/frame-rate.html>

(‡) See:

Audio video affairs (2002) Frame rate in Digital Video, available online [URL] www.audio-video-affairs.com/frame.rate.html
Techtarget (Sep22: 1999) Frame Rate, available online [URL] http://searchnetworking.techtarget.com/sDefinition/0,sld7_9ci213531,00.html

(٣) عمق الألوان [Color Depth]:

يؤثر عمق الألوان في جودة الصورة ، ويتدرج عمق الألوان من أحادي الألوان [monochrome] (أبيض واسود) إلي ٣٢ بت ، ويخضع عمق الألوان وفقاً للمنتظر المراد إيساره ، فربما يكون اللون الأبيض والأسود أفضل من عمق ٣٢ بت إذا ما كان الفيديو يتناول مشهداً تاريخياً ، وعلى الطرف الآخر ، لا بد من استخدام أعلي عمق للألوان إذا ما كان المشهد يتناول حدثاً دقيق التفاصيل مثل : التصوير تحت سطح الماء ، أو في أعماق الخلایا ، أو داخل نواة الذرة^(*).

(٤) خوارزمية الضغط [Compression Algorithm]

يؤثر حجم الضغط المستخدم في جودة ملفات الفيديو ، فمن غير المنطقي أن تبقي وصلة الفيديو بدون ضغط ، فيقارنما بدون ضغط يعني حجم ملف كبير يصعب نشره وتحميله علي الإنترنت ، فدقيقة واحدة بدون ضغط يصل عدد الصور بها إلي حوالي ٦٠٠ صورة ، فضلاً عن الصوت المرافق لها ، وهذا يعني أنها تحتاج إلي كثيراً من الوقت لتحميلها إلي المستخدم .

وللهروب من حجم ملف الفيديو الكبير تلجأ مشغحات الويب - بصفة عامة - إلي استخدام تقنيات الضغط والفك والتي تسمى [Codec] ، وهي اختصار لكلمتي [Compression and Decompression] وتنطق [coh-deck] ، وتقوم هذه التقنية بتقليل عدد الإطارات المعروضة أو تقليل عمق الألوان ، وتندرج البرمجيات المستخدمة في الضغط والفك حسب جودتها بين برمجيات قوية لا تشعر المشاهد أن هناك فرقاً بين النسخة المضغوطة والأصل ، وبين برمجيات ضعيفة يشعر المشاهد أن هناك إطارات مفقودة في عرض الصور ، أو أن الصورة بطيئة عن الحركة الطبيعية ، أو بها ظلال رمادية ، أو بها اضطراب في حركة الصور [Flicker]^(*).

(*) See:

JUPITERWEB NETWORK (2000) what is Color Depth? - A word Definition From the Webpedia, available online [URL] www.webpedia.com/term/c/color_depth.html
W3c (2000) what is Video color Depth? Available online [URL] <http://bugclub.org/beginners/hardware/colordepth.html>

(*) Audio Video Affairs (2003) video compression in digital video, available online [URL] <http://www.audio-video-affair.com/video/compression.html>

(ب) أنواع ملفات الفيديو:

تعدد أنواع ملفات الفيديو التي يمكن عرضها علي شبكة الإنترنت ، فهناك العديد من الملفات التي يمكن أن تعرض علي الإنترنت غير أن أشهرها ما يلي^(*):

(١) - ملفات [QuickTime]

طُورت هذه الملفات من قبل شركة أبل [Apple] لكي تتوافق مع أجهزتها المعروفة باسم ماكنتوش [Macintosh] ، وتنتهي ملفاتها بامتداد [QT] و [MOV] ، وهذه الملفات تتميز بقبليتها للضغط والفك بصورة كبيرة .

(٢) - ملفات [Video For Windows][VFW]

طُورت هذه الملفات من قبل شركة مايكروسوفت [Microsoft] لكي تتوافق مع أجهزة الكمبيوتر الشخصي [PC] ، وتسمى هذه الملفات أيضا بملفات [AVI] ، وهي الملفات التي تنتهي بامتداد [AVI] وهي اختصار [Audio/Video Interleave] ، بيد أن هذه الملفات لا يعمل عليها كثير في ملفات الإنترنت نظرا لأكبر حجمها وعدم تدعيمها لتقنية ضغط وفك الملفات .

(٣) - ملفات [MPEG]

تحمل هذه الملفات اسم الهيئة التي طورتها من ناحية واسم الملفات التي تقوم بعرضها من ناحية أخرى ؛ فهي تشير إلي [Moving Picture Experts Group] ، وتتميز هذه الملفات بأنها تعرض صورا عالية الجودة ، بيد أنه يميها كبر حجم ملفاتها .

(ج) طرق تقديم ملفات الإنترنت:

يقدم الفيديو في المواقع الإلكترونية بإحدى طريقتين ؛ الأولى : التحميل [Download] علي جهاز العميل ثم تشغيله بعد ذلك ، والثانية : البث

(*) See

Computer Knowledge (2002) File Extension Details for AVI, available online [URL] <http://filext.com/detailist.php?ext=avi>
Eric Perlman, IranKallen&Internet Libracy Constants,(2002)Various File Format and How to Deal with Them? Available online [URL] www.stack.com/file/extensions.htm

إخراج للصحف الإلكترونية **الباب الأول**

[Streaming]، بيد أنه يعيب الطريقة الثانية عدم دقة صور ملفات الفيديو، وعدم وضوح صوته، علاوة على اختفاء وظهور الصور أثناء التشغيل، وتقطيع الصوت والصورة وغيبهما لمدة معينة تتوقف على وسرعة الخط.

بيد أنه يعيب طريقة التحميل الوقت الكبير الذي يستغرقه التحميل؛ فعادة ما يضيق المستخدم زرعاً إذا ما مكث في انتظار ورود الملفات إليه؛ فلعرض دقيقة واحدة من الفيديو يستغرق وقت تحميلها حوالي خمس دقائق في حالة سرعة الموديم 56 كيلو بايت^(*).

لقد تباينت صحف الدراسة في استخدامها لتقنية الفيديو من ناحيتي الكم والكيف، وعليه فلم تستخدم صحيفة الجمهورية على مدار أعضائها لقطات الفيديو في أي مجال من المجالات، أما صحيفة الأهرام فقد استخدمت تلك اللقطات في تقديم نتائج مباريات كرة القدم، طالبة من المستخدم تشغيل تلك اللقطات إما ببرنامج [windows Media Player] أو برنامج [QuickTime]، ولم يستغرق وقت عرض اللقطة الواحدة أكثر من دقيقة في كل الأحوال، ولم يزد حجم تلك الملفات عن 500 كيلو بايت.

أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد توسعتا في استخدامهما لتقنية الفيديو في تقديمهما للأحداث، فقد تدرج استخدامهما لهذه الملفات بين البث المباشر من موقع الأحداث مروراً باللقطات التسجيلية، وقد اتفقتا في استخدامهما لهذا الوسيط في تقديم الأحداث المهمة سواء أكانت سياسية أم اقتصادية أم رياضية أم فنية.

كما اتفقت الصحيفتان في نوعية ملفات الفيديو المقدمة فكلاهما يطلبان تشغيل هذه الملفات إما من خلال برنامج [Media Real Player]، أو برنامج [Windows Media Player]، أما الفترة الزمنية التي يستغرقها تقديم تلك الملفات فهي صغيرة لا تتعدى بضعة دقائق، أما حجم تلك الملفات فهو غير محدد نظراً لاعتماد هذه الصحف على تقنية البث التي يصعب من خلالها معرفة حجم تلك الملفات بالتحديد. غير أن الباحث يري تحجراً لعب البث يجب على الصحيفة تقديم البث مصحوباً بإمكانية تحميل تلك الملفات.

(*) JakobNielsen's Alertbox, (August 8, 1999) Video and Streaming Media, Streaming audio: Good. Streaming video: Bad., available online [URL] www.useit.com/alertbox/9765c.htm

رؤية الدراسة الميدانية إزاء استخدام الصوت والفيديو في الصحف الإلكترونية:

لقد تبينت هيئة الاستبيان الإلكتروني إزاء تفضيلها لاستخدام ملفات الفيديو والصوت في تقديم الأخبار لصالح الصوت والفيديو؛ فقد رأى ثلاثة وعشرون أكاديمياً بنسبة ٨٨،٥٪ ضرورة استخدام الصوت والفيديو في تقديم الأخبار، في حين رأى ثلاثة أكاديميين بنسبة ١١،٥٪ أنه ليست ضرورة لاستخدام ملفات الفيديو الصوت لتقديم الأخبار.

وقد أرجع المؤيدون لاستخدام الصوت والفيديو تأييدهم إلى ثلاثة أسباب هي:

- ١- إن الصوت والفيديو يعطيان المعلومات الحقيقية، ويعيشان المستخدم داخل الحدث.
 - ٢- إن الصوت والفيديو يقدمان البيئة الواقعية للحدث علي خلاف النص الذي يحاول أن يرسم هذه البيئة بالوصف.
 - ٣- إن الصوت والفيديو يقدمان معلومات أكثر عن الحدث من خلال استخدام المؤثرات الصوتية التي توضح جو الحدث.
- أما الذين لا يؤيدون استخدام ملفات الصوت والفيديو في بث الأخبار فقد أرجعوا عدم تأييدهم إلى الأسباب التالية:
- ١- إن الصوت والفيديو يأخذان مساحة كبيرة ووقت كبير في التحميل؛ قد لا يتناسبان في أغلب الأحوال مع أهمية الحدث.
 - ٢- إن النص يساعد القارئ علي تخيل الأحداث.
 - ٣- إن النص يعبر عن خبرة المحرر التي قد يحتاجها المستخدم.
 - ٤- أن النص يميز الصحف ويمكن للقارئ أن يحصل علي الصوت والفيديو من شبكات الإذاعة والتلفزيون.
- علي الرغم من تأييد هيئة الدراسة الميدانية لاستخدام الصوت والفيديو إلا أننا نرى أن هذا الاستخدام يجب أن يكون محكوم بمجموعة من الضوابط منها:
- ١- يجب أن تكون ملفات الصوت والفيديو قليلة الحجم حتى تحمل بسرعة.
 - ٢- يجب أن تقدم ملفات الصوت والفيديو للموضوعات النادرة وغير المتكررة أو تلك التي لها مسحة تاريخية ندر تواجدتها.

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**

٣- يجب أن تكون ملفات الفيديو ذات جودة مرتبة ولا يكون وضوحها مشوش ، وبالمثل يجب أن تكون ملفات الصوت مفهومة وواضحة .

التعليق العام:

يتضح من العرض السابق أنه ليست هناك رؤية موحدة لدى الصحف الإلكترونية للإنفاذ من تقنية الوسائط المتعددة ، فقد تذبذبت هذه الرؤية بين الإنفاذ العلمية من تقنية الوسائط المتعددة في الصحف الأمريكية عينة الدراسة والاجتهاد الخاص في الصحف المصرية^(*) ، ومرجع ذلك من وجهة نظرنا إلى العديد من الأسباب منها :

الأسباب التقنية : الصحف المصرية لا تحتوي علي تقنيات عالية في تسجيل ملفات الفيديو ، والذي يؤكد هذا القول إن صحيفة الأهرام كانت تعتمد علي تقديم ملفات الفيديو الخاص بها علي تسجيل بث التلفزيون المصري لمباريات كرة القدم ، ولم تكلف نفسها عناء إزالة اسم القناة التي تبث المباراة .

الأسباب الفنية : لا توجد كوادر فنية مدربة علي مستوي صحيفة نيويورك تايمز واليو أس آيه توداي سواء أكان ذلك من الناحية التكنولوجية أو الفنية .

(*) لقد أثرت الحرب الأنجلو أمريكية علي العراق في استخدام تقنية الوسائط المتعددة؛ فقد أقررت هذه الحرب أشكالا مبتكرة في تقديم الأنباء؛ فقد اعتمدت صحيفة اليو أس آيه توداي علي تقنية الرسوم المتحركة = من نوعية فلاش في تقديم العديد من صور الحرب المتحركة المصحوبة بالعناوين الشارحة، أما صحيفة نيويورك تايمز فقد اعتمدت علي الفيديو بصورة كبيرة في نقل صور حية من معركة القتال ، فلي هذا الاعتماد نقل نشرات بعض القنوات التلفزيونية الشهيرة مثل : قناة [CNN] ، وقناة [BBC] ، تلي هذين النوعين الاعتماد علي تسجيلات المحللين السياسيين والعسكريين لهذه الحرب وقد اعتمدت الصحيفتان الأمريكيتان علي البث المباشر لأحداث الرئيس الأمريكي والمتحدث الرسمي باسم البيت الأبيض وبعض الأحداث الخاصة بالنظام العراقي . قد رجعت الصحف الأمريكية عقب انتهاء الحرب إلي سابق عهدها في بث الأخبار التي لا تعتمد علي الوسائط المتعددة، لأنها تدرك أنه ليس هناك أحداث مهمة بصورة عالية تحتاج إلي تقديمها بالصوت والفيديو والرسوم المتحركة ، ونحن نتفق تماما مع وجهة النظر الداعية إلي عدم الإسراف في استخدام الوسائط المتعددة إن لم تكن هناك حاجة ملحة . أما صحيفة الأهرام فقد قدمت الأنباء المتحركة معتمدة علي تقنية جافا سكرت موهمة المشاهد لها بأنها تقدم بالبث المباشر للأحداث ، غير أن هذه الأحداث ثابتة علي مدار اليوم . أما صحيفة الجمهورية فلم تغير من نمط تقديمها للأحداث بسبب الحرب ، ولكنها غللت تقليد به في طريقة عرضها للوسائط .

الأسباب الإدارية : ليس هناك فاصل بين كوادر الصحف المصرية الورقية وكوادر الصحف الإلكترونية الأمر الذي يجعل الصحف تعاود نشر ما نشر في الصحف الورقية ولا تكلف نفسها عناء البحث عن معلومات صوتية أرشيفية تدعم المضمون النصي المكتوب .

قلة وعي مصممي الصحف بأهمية الوسائط في نقل المعلومات إلى القارئ من زاوية، والإسراف في هذا الاستخدام دونما وعي من ناحية أخرى ؛ فقد أسرفت صحيفة الجمهورية في الاعتماد على الرسوم المتحركة من نوعية [Macromedia Flash] في تقديم العديد من الإعلانات في الوقت الذي لم تلجأ إلي الصوت والفيديو لتقديم بعض الأخبار المهمة .

الفصل الثاني: العناصر الجنائية المساعدة

المبحث الأول: الأسوان

المبحث الثاني: العمود والفواصل

الفصل الثاني

العناصر البنائية المساعدة

العناصر البنائية المساعدة هي العناصر التي تسهم في إبراز المضمون والتأكيد عليه، فهي لا تحتوي علي معلومات في حد ذاتها، ولكنها تكتسب أهميتها من كونها عناصر مساعدة للعناصر البنائية الأساسية في نقل المضمون وتنسيقه من زاوية، والتأكيد علي التأثيرات السيكلوجية والفسيولوجية التي يلعب عليها المخرج في إبراز مضمونه علي الصفحة من زاوية أخرى، وقد تم تقسيم هذه العناصر إلي نوعين رئيسيين خصص لكل واحد منهما ميحاً خاصاً به وهما:

أولاً: مبحث الألوان: تناول هذا المبحث الألوان بوصفها عنصراً مساعداً يؤكد علي التأثيرات السيكلوجية والفسيولوجية المرتبطة بالألوان، وقد تطرق هذا المبحث لنماذج إدراك الألوان التي يدركها كل من الكمبيوتر والإنسان، وتناول مجلة الألوان وتأثيراتها، ثم تناول إدراك العين للألوان وتأثير الألوان علي كل من الرؤية والمقروية، يتلو ذلك تطبيق قواعد اختيار الألوان علي صحف الدراسة.

ثانياً: مبحث الفواصل: يتناول هذا المبحث الفواصل التي ورثتها الصحافة الإلكترونية عن الصحافة الورقية، مثل: الخطوط والمناوين والصور والألوان والأرضيات من زاوية، والفواصل التي جلبتها الإنترنت من زاوية أخرى، مثل: الإطارات والجداول والأيقونات، بالإضافة إلي هذين النوعين تناول هذا المبحث التهجين بين هذه العناصر علي الصفحة، وتطرق أيضاً إلي إفادة الصحف الإلكترونية من التطورات التي أدخلتها ثورة المعلومات الرقمية.



المبحث الأول

الألوان

أحدث الكمبيوتر ثورة في تكنولوجيا الألوان فملت من دور النظريات السيكولوجية المرتبطة بالتأثيرات النفسية لإدراك الألوان وتأثيرات العجلة اللونية، كما شددت علي دور علم البصريات بوصفه العلم الذي يبحث عن راحة الإبصار الذي يهدف من ورائه المخرج أن يظل القارئ يطالع الصحيفة أطول فترة ممكنة، وبوصف علم الفيزياء الأب الروحي للألوان بدء من ألوان الطيف وصولاً إلي الطول الموجي لتلك الألوان؛ لذا فإن هذا البحث من الدراسة بهتم بالتأثيرات السيكولوجية والبصرية والفيزيائية للألوان محاولين تبسيط مصطلحات تلك العلوم قدر الإمكان، ووفقاً لذلك يعرف اللون بأنه:

« الاستجابة السيكولوجية للمدركات؛ فهو إحساس وليس مادة؛ يتكون من رد الفعل الفيزيائي للعين والتفسير الأنوماتيكي لاستجابة العقل لخصائص طول موجات الضوء عند مستوي وضوح معين(*) ».

ووفقاً لهذا التعريف يتم دراسة نماذج إدراك الألوان، وتأثيرات العجلة اللونية، وكيفية رؤية العين للألوان، ثم ندرس استخدام صحف الدرا - للألوان ومدى إفادتها منها.

أولاً نماذج إدراك الألوان:

هناك نموذجان أساسيان لإدراك الألوان؛ أحدهما خاص بإدراك الكمبيوتر للألوان ويسمى نموذج [RGB model]، والآخر خاص بإدراك الأفراد للألوان ويسمى نموذج [HSB model]، وهما كما يلي:

(*) Color theory (2002) available online [URL]

<http://www.bway.net/~jscruggs/Color2.html>

(أ) نموذج RGB^(*):

يشم عن طريق نموذج [RGB] عرض الألوان علي الشاشة ، فإذا ما اقترنا إلي شاشة الكمبيوتر نجد أنها مجموعة من النقاط التي هي في الأصل مجموعة من الألوان الأساسية : الأحمر والأخضر والأزرق المعروفة بالألوان الأساسية^(*).

تحتوي الألوان أساسية علي مجموعة من القيم اللونية تمتد من صفر إلي ٢٥٥ درجة لونية لكل لون ؛ لذا فالكمبيوتر يحتوي علي ٣(٢٥٦) لون بما يساوي المعادلة التالية : $(٢٥٦ \times ٢٥٦ \times ٢٥٦ = ١٦,٧٧٧,٢١٦)$ ^(*) وهذه الألوان أكثر مما تستطيع عين الإنسان أن تميزه ؛ فعلماء البصريات يرون أن عين الإنسان يمكنها أن تدرك حوالي سبعة ملايين لون علي الأقل^(*) ، في حين يرى آخرون أنها يمكن أن تدرك عشرة ملايين لون محد أقصى^(٥).

(١) فهم الكمبيوتر للألوان وعرضه لها من خلال نموذج [RGB]:

تتم اختلاف بين فهم الكمبيوتر للألوان وعرضه لها ؛ فالكمبيوتر يفهم الألوان عن طريق نظام الأرقام سواء أكان نظاماً عشرياً [Decimal] أم سداسياً عشرياً^(*).

^(*) يقصد بنموذج [RGB]: الألوان الأساسية في الكمبيوتر وهي ؛ (الأحمر ، والأخضر ، والأزرق).

(*) Laura Lemay(1997) Teach Yourself Web Publishing With HTML 3.2 in 14 Days , Second professional reference edition, Indianapolis, Sams Net, p221.

(+) Laura Lemay(1997) Teach Yourself Web Publishing With HTML3.2 in 14 Days , Second professional reference edition, Indianapolis, Sams Net, p219.

(§) Think Quest (2003) Psychological Effects of Color Perception, available online [URL] <http://library.thinkquest.org/50065/effects.html>

(§) See:

J.L. Morton (2002) Computer Color Matters available online [URL] <http://www.colormatters.com/comput.html>

J.L.Morton (2002) Color Matters Newsletter, available online [url] <http://www.in-visions.net/Web%20Sites/Newsletters/August%202001.htm>

(*) النظام السداسي العشري يتكون من الأرقام التالية :

النظام السداسي العشري hexadecimal = (0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-A-B-C-D-E-F)

إخراج المصحف الإلكتروني الكتاب الأول
 [Hexadecimal] ، إلا أنه يمرض الألوان عن طريق اندفاع الإلكترونيات صوب الشاشة والمادة الفسفورية المطلوبة بها الشاشة . ونمرض فيما يلي لهذين الفرقين بالتفصيل .

(١/١) فهم الكمبيوتر للألوان

يفهم الكمبيوتر الألوان عن طريق النظام السداسي العشري في لغة [HTML] ولغة الجافا ، ولغة الجافا سكرت ، في حين يفهم الكمبيوتر النظام العشري في أسلوب عرض الصفحات [Cascading Style Sheet (CSS] ، وبالرغم من اتفاق لغات البرمجة علي وجود ثلاثة ألوان أساسية هي : الأحمر والأخضر والأزرق إلا أنها اختلفت في طريقة التعبير عنها بالأرقام .

الألوان الأساسية

يتم الحصول علي أحد الألوان الأساسية في الكمبيوتر عن طريق انتقاء اللونين الآخرين ، ويوضح الجدول التالي كيفية الحصول علي تلك الألوان .

Binary	hexadecimal	Binary	hexadecimal	Binary	hexadecimal
00	= 0	00	= 0	00	= 0
01	= 1	01	= 1	01	= 1
02	= 2	02	= 2	02	= 2
03	= 3	03	= 3	03	= 3
04	= 4	04	= 4	04	= 4
05	= 5	05	= 5	05	= 5
06	= 6	06	= 6	06	= 6
07	= 7	07	= 7	07	= 7
08	= 8	08	= 8	08	= 8
09	= 9	09	= 9	09	= 9
0A	= 10	0A	= 10	0A	= 10
0B	= 11	0B	= 11	0B	= 11
0C	= 12	0C	= 12	0C	= 12
0D	= 13	0D	= 13	0D	= 13
0E	= 14	0E	= 14	0E	= 14
0F	= 15	0F	= 15	0F	= 15

يتضح من الأرقام السابقة أن رقم (F) يساوي ١٦ درجة لونية لأن الصفر يعد بمثابة رقم النظام العشري decimal (0-1-2-3-4-5-6-7-8-9) ويتم التعبير عن أي لون في النظام السداسي العشري برقمين ؛ فاللون الأحمر يتم التعبير عنه بالشكل التالي "FF0000" ، حيث يرمز حرف F الأول إلى القيمة ١٦ والثاني يرمز إلى القيمة ١٦ وحاصل ضربهما يساوي القيمة العليا للون الأحمر وهي ٢٥٦ درجة .

جدول (١٤) بوض: القيمة اللونية للألوان الأساسية

اللون	الأحمر	الأخضر	الأزرق	اللون الناتج
الأحمر	٢٥٥	صفر	صفر	أحمر
الأخضر	صفر	٢٥٥	صفر	أخضر
الأزرق	صفر	صفر	٢٥٥	أزرق
الأسود	صفر	صفر	صفر	أسود
الأبيض	٢٥٥	٢٥٥	٢٥٥	أبيض

لهذا يجب أن ينظر مصمم موقع الصحيفة إلى موضوع استخدام النظام السداسي العشري بعين الاعتبار؛ فالكمبيوتر لا يفهم لغة الأرقام العشرية decimal في لغة HTML؛ فإذا ما وضع مصمم موقع الصحيفة اللون بالطريقة العشرية + فالنتيجة تكون مختلفة؛ فاللون الأبيض على سبيل المثال يعبر عنه بالطريقة العشرية التالية (٢٥٥-٢٥٥-٢٥٥)، فإذا ما وضع المصمم الكود بإحدى الشكلين التاليين للحصول على خلفية بيضاء للمصفحة

<body bgcolor="255255255"> <body bgcolor="255-255-255">

فإن النتيجة تكون اللون الأسود.

أما اللون الأحمر فيتم التعبير عنه بالطريقة التالية (ff0000) = (255-0-0)؛ فالصفر الأول يرمز إلى انعدام اللون الأخضر، و الصفر الثاني يرمز إلى انعدام اللون الأزرق، ويُعبّر عن اللون الأخضر بالطريقة التالية (00ff00) = (٠-٢٥٥-٠)، وهذا يعني انعدام اللون الأحمر الذي يمثله الصفر الأول، وكذلك انعدام اللون الأزرق في الصفر الأخير، ويتم التعبير عن اللون الأزرق بالطريقة التالية (00ff00) = (٢٥٥-٠-٠).

أما الأسود والأبيض فلا يعدان من الألوان؛ فالأبيض يعني مجموع الألوان الرئيسية الثلاث، والأسود يعني غيابهم؛ ويتم التعبير عن الأبيض بالطريقة التالية [FFFFFF] = (٢٥٥-٢٥٥-٢٥٥) أما الأسود فيتم التعبير عنه بالطريقة التالية (000000) = (٠-٠-٠).

الألوان الثانوية:

يتم الحصول على الألوان الثانوية عن طريق انتفاء أحد الألوان الأساسية ومزج اللونين الآخرين مع بعضهما البعض، كما يلي :

اللون الأصفر (ffff00) = (٠-٢٥٥-٢٥٥) = الأحمر + الأخضر - الأزرق

الماجنتا (ff00ff) = (٢٥٥-٠-٢٥٥) = الأحمر - الأخضر + الأزرق

السيان (00ffff) = (٢٥٥-٢٥٥-٠) = الأحمر + الأخضر - الأزرق

الألوان المحايدة

تُسمى الألوان (الرمادي والأسود والأبيض) بالألوان المحايدة؛ لأنها لا تجذب الانتباه إلى موضوعات أخرى، ويتم الحصول على اللون الرمادي عادة عندما تكون قيم الألوان الأساسية متساوية، كما يلي .

جدول (١٥) يوضح الألوان المحايدة^(*)

شكل اللون	النظام العشري		السداسي العشري
	210-210-210	D2-D2-D2	D2D2D2
	170-170-170	AA-AA-AA	AAAAAA
	117-117-117	75-75-75	757575
	60-60-60	3C-3C-3C	3C3C3C

الألوان الآمنة

إن بعض مستعرضات الإنترنت لا تدعم ألوان الكمبيوتر على مطلقها ؛ فهناك ٢١٦ لون من الألوان الشائعة في مستعرضات الإنترنت والتي يطلق عليها لوحة الألوان الآمنة [Safe Color Palette] ^(*).

(*) هذا الجدول نقل عن برنامج :

Joe Barta (16/2/2002) colorPicker v 2.0 program find in the web
www.pagetutor.com/pagetutor/makapage/picker/picker.zip

(*) Lynda Weinman (2002) The Browser Safe Color Palette, available online [URL]
http://www.lynda.com/products/books/dwg/flatdither.html

إخراج المصنف الإلكترونية **الباب الأول**
ويوضح الجدول التالي هذه الألوان عن طريق النظام العشري والنظام السداسي العشري:

جدول (١٦) يوضح: الألوان الآمنة

النظام العشري	النظام السداسي العشري
٠٠	٠٠
٣٣	٥١
٦٦	١٠٢
٩٩	١٥٣
CC	٢٠٤
FF	255

يتم حساب قيمة هذا اللون عن طريق الأس التكعيبي (٦) من الألوان الأساسية الثلاثة، فيكون ناتج هذه الألوان ٢١٦ لون، وتوضح أهمية هذه الألوان في التعامل مع الصور؛ فالصور التي تظهر على الإنترنت تأخذ ألوانها من مستعرض الإنترنت، فإذا ما كانت تحتوي على ألوان غير موجودة يقوم المستعرض بمحاولة دمج اللون من الألوان الأخرى المتاحة لديه عن طريق ترقيع اللون المفقود بحيث تبدو الصورة قريبة من الصورة الأصلية^(*)؛ لهذا السبب يجب على مصممي صفحات الإنترنت توخي الحذر في اختيارهم لألوان الخلفيات والنصوص مخافة اختيار المستعرض للون بديل.

(٢/١) كيف يعرض الكمبيوتر الألوان

يعرض الكمبيوتر الألوان عن طريق استخدام اندفاع الإلكترونات صوب الشاشة، والمادة الفسفورية الملونة المطلية بها الشاشة؛ فالكمبيوتر يدفع بثلاثة إلكترونات صوب الشاشة هي: الأحمر والأخضر والأزرق، وكل بيكسل في الشاشة

(*) J.L. Morton (2002) Computer Color Matters available online [URL] <http://www.colormatters.com/comput.html>

إخراج الصفء الإلكترونيء **الباب الأول**
ملون من: الأحمر والأخضر والأزرق؛ فاندفاع الإلكترونات الحمراء تُنشء النقاط
الفسفورية الحمراء الموجودة على الشاشة، وبذلك يتولد اللون الأحمر، وينفس
الطريقة يتولد اللون الأخضر والأزرق^(*).

أما الألوان غير الأساسية، فتتولد عن طريق اندماج أكثر من لون؛ فاللون
الأصفر يتولد عن طريق اندفاع الإلكترونات الحمراء والخضراء معاً لتنشء بدورها
النقاط الفسفورية الحمراء والخضراء معاً وبذلك ينشأ اللون الأصفر، أما اللون
الأبيض يتولد عن طريق اندفاع الإلكترونات الثلاثة مرة واحدة؛ لينشءوا النقاط
الفسفورية الحمراء والخضراء والزرقاء وبذلك ينشأ اللون الأبيض في حين يعني الأسود
عدم إرسال أي إلكترون صوب الشاشة^(*).

(ب) نموذج "HSB":

يتناول نموذج [HSB] موضوع الإدراك البشري للألوان؛ ويتكون هذا النموذج
من ثلاثة عناصر أساسية هي: شكل اللون (الكثء) [Hue]، والإشراق (التشبع)
[Saturation] والوضوح [Brightness]؛ وتُسمَّى هذه بالألوان المدركة
[Perceptive Colors]، أو الألوان الذاتية [Subjective Colors]؛ لأن هذه
العناصر مرتبطة بإدراك الحواس فهم يصفون كيفية إدراكنا للألوان والتغير الذي يحدث
من لون إلى آخر، وكل عنصر من عناصر نموذج [HSB] يمثل برقم يوضح شكل
اللون، ودرجة إشراقه، ودرجة وضوحه، وهم كما يلي:

شكل اللون [Hue]:

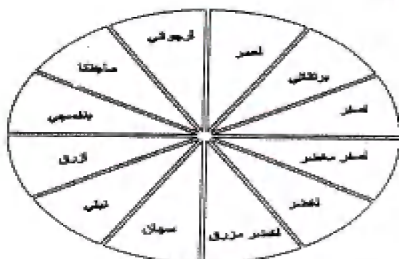
هو اللون المنعكس من الشيء المدرك، فهو اللون الفعلي الذي تتعامل معه، مثل
الأحمر والبرتقالي والبفسجي (الأرجواني)، ويحتوي شكل اللون على كل الألوان

(*) Najjar Lawrence J. (1990) "Using Color Effectively" available online [URL]
<http://mime1.marcc.gatech.edu/mime/papers/colorTR.html>

(†) Ibid, Html.

(*) نموء جذور هذا النموذج إلى الرسام الأمريكي، (1858-1918) [Albert H. Munsell] والذي
عرف فيما بعد باسم [Munsell Color System] الذي رتب الألوان وفقاً لخصائصها؛ فقد
صنف الألوان تبعاً لثلاث خصائص هي الكونة hue والقيمة value والنقاء [chroma].

الواقعة في نطاق ألوان الطيف ، ويقاس شكل اللون من درجة (٠ إلى ٣٦٠) حول عجلة الألوان بدء من الصفرة الذي يمثل اللون الأحمر انتهاء بدرجة ٣٦٠ التي تمثل اللون الأحمر البنفسجي (الأرجواني) ، ويمثل الشكل التوضيحي التالي الألوان بترتيب درجاتها في عجلة الألوان .



شكل (٨) يوضح عجلة الألوان

الإشراق [Saturation]

يطلق عليه أحيانا اسم كروما [Chroma] التي تعني نقاء أو صفاء اللون؛ ويعرف الإشراق بأنه كثافة أو شدة اللون الذي نستخدمه ، فهو عبارة عن كمية اللون الموجود في عملية مزج الألوان؛ فاللون السماوي علي سبيل المثال في لوحة ألوان الفنان يعني قليلا من اللون الأزرق وقليلًا من اللون الأبيض ، ويمكن زيادة إشراق اللون الأزرق وجعله يميل إلي الزرقة بزيادة كمية اللون الأزرق ، ويقاس إشراق اللون بنسبة اللون والذي يبدأ من صفر ويعني انعدام اللون حتى مائة وتعني اللون الكامل .

١٠٠



لون كامل

لون فاتح

لون قليل

شكل (٩) يوضح: إشراق اللون

إخراج الصحف الإلكترونية **الضباب الأول**
الوضوح [Brightness]:

هو درجة إظلام أو إضاءة اللون ؛ ويكون اللون مظلمًا إذا زادت إضافة اللون الأسود ، ويكون مضيئًا إذا زادت إضافة اللون الأبيض ، ويقاس وضوح اللون من صفر ويعني اللون الأبيض و مائة وتعني اللون الأسود .

١٠٠



شكل (١٠) يبين : وضوح اللون

(ج) تأثيرات نماذج المجلة اللونية

تقوم المجلة اللونية بتأثيرات سيكولوجية متباينة وفقا لترتيب الألوان كما يلي :

الألوان الثلاثية [Triads Colors]:

هي أي ثلاثة ألوان متساوية المسافات في المجلة اللونية ، وهذا يعني أن أي لون من هذه الألوان منفصل عن سابقه بثلاثة ألوان ، تفيد هذه الألوان في التصميم المعقد ؛ حيث توجد مناطق كثيرة تحتوي علي معلومات رئيسية ، إلا أنه يجب توخي الحذر ؛ لأن هذه الألوان تتنافس بعضها البعض في جذب الانتباه ، لذا يجب إبعاد الموضوعات المراد إبرازها عن هذه الألوان^(*) .



شكل (١١) الألوان الثلاثية

الألوان التماثلية: [Analogous Colors]

هي الألوان التي لها تكتنه مشتركة ، وتكون تالية لغيرها في عجلة الألوان ، مثل : (الأحمر والبرتقالي والأرجواني) ، لأنها مشتركة في اللون الأحمر ، وكذلك (الأزرق والنيلي والبنفسجي) ، لأنها مشتركة في كتنه اللون الأزرق ، والكتنه المشتركة تصنع الشعور بالوحدة في التصميم . إلا أنه مع هذه الألوان من الصعب أن نميز موضوع معين عن غيره^(*).



شكل (١٢) الألوان التماثلية

يمكن أن تقوم الألوان التماثلية بتأثيرات سيكولوجية وإدراكية علي المشاهد توحى له بأن الصورة أو الرسم الذي أمامه به نوع من الحركة ، لأن استخدام أكثر من لون في الصورة أو الرسم يجعل عين المشاهد تنتقل آلياً من لون إلي آخر مشعرة المشاهد بالحركة^(†).

الألوان الدافئة: [Warm Colors]

هي الألوان التي تقع في نصف العجلة اللونية العلوي ، وتحتوي علي اللون الأحمر ومشتقاته ، تشعّر هذه الألوان بالدفء والراحة والطاقة ، لذا فهي المفضلة في جذب الانتباه ، إلا أن الإكثار منها يضمف الصفحة^(‡).



شكل (١٣) الألوان الدافئة

- (*) Analogous colors: (2002) available on line [URL]
<http://users.talstar.com/iwa/member/presentations/colors/analogous.html>
- (†) Analogous colors: (2002) available on line [URL]
<http://users.talstar.com/iwa/member/presentations/colors/analogous.html>
- (‡) Warm Colors: (2002) available on line [URL]
<http://users.talstar.com/iwa/member/presentations/colors/warm.html>

[Cool Colors] الألوان الباردة

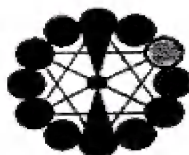


شكل (١٤) الألوان الباردة

هي الألوان التي تقع في نصف العجلة اللونية السفلي، وتحتوي على اللون الأزرق ومشتقاته، تؤدي هذه الألوان إلى الإحساس بالهدوء والسكينة، لذا تصلح أن تكون خلفيات، إلا أنها تنقل انطباعاً سلبياً، وربما تتعارض مع قصد الرسالة التي يريد أن ينقلها الموقع^(*).

إن استخدام الألوان الباردة والساخنة معاً يولد الإحساس بالفراغ والعمق؛ حيث تقوم الألوان الباردة بسحب المشاهد بعيداً عن المنظر في الوقت الذي تقوم فيه الألوان الدافئة بدفعه تجاه المنظر، ويولد المد والجذر هذا الإحساس بالفراغ والمساحة في المنظر^(*).

[Complementary colors] الألوان المتكاملة (المكملة)



شكل (١٥) الألوان المتكاملة

هي الألوان التي تقابل بعضها البعض في عجلة الألوان، ويتم ذلك عن طريق اختيار لون من عجلة الألوان ثم رسم خط مستقيم في الاتجاه المقابل لتحديد اللون المكمل؛ فعلى سبيل المثال يعد اللون السيان مكملًا للون الأحمر؛ لأن اللون السيان يتكون من اللون الأخضر والأزرق، ويعد اللون الأصفر مكملًا للون الأزرق

لأن اللون الأصفر يتكون من اللون الأحمر والأخضر، ويعد اللون الماجنتا مكملًا للون الأخضر؛ لأن اللون الماجنتا يتكون من اللون الأزرق والأحمر^(*).

لكن يجب عدم استخدام الألوان المكاملة كخلفيات للنصوص من نوعها؛ فعلى

(*) Cool Colors (2002) available on line [URL]: <http://users.talstar.com/iwa/member/presentations/colors/cool.html>

(*) Think Quest (2003) the meaning of color in art, available online [URL]: <http://library.thinkquest.org/50065/art/meaning.html?tskip1=1&stime=0705>

(*) Complementary colors (2002) available on line [URL]: <http://users.talstar.com/iwa/member/presentations/colors/warm.html>

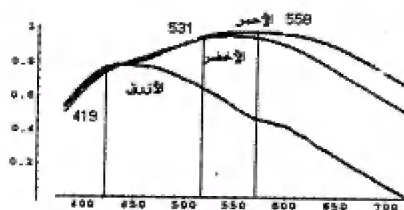
سبيل المثال، يجب عدم وضع نصوص زرقاء علي أرضية صفراء ؛ لأن ذلك يؤدي إلي الاهتزاز وعدم الاتزان ، والمكس صحيح ؛ بمعنى يجب عدم وضع نصوص صفراء علي أرضية زرقاء .

ثانياً: رؤية العين للألوان:

تعتمد رؤية الألوان هي الهدف المباشر الذي يرمي من ورائه المخرج إلي إحداث تأثيرات سيكولوجية مستغلاً بعض أساليب الخداع البصري لتحقيق ما يصبو إليه من إحداث توافق نفسي بين الشكل والمضمون مستعيناً بقدرات الإبصار لدي المستخدم والطول الموجي لتلك الألوان، لذلك لابد أن يكون لدي المخرج خلقية عامة عن كيفية إبصار العين وإدراكها للألوان والاختلافات السيكولوجية لكل طول موجي (لون) ، لذا فإننا نعرض في إنجاز كيفية إبصار العين للألوان ثم نعرض بعدها لتأثير الألوان علي المقروءة والوضوح كما يلي :

(أ) رؤية العين للألوان وتأثير الطول الموجي:

رؤية الألوان هي قدرة الشبكية علي التمييز بين الألوان المختلفة، ويعتمد هذا التمييز علي الخلايا المخروطية الموجودة في الشبكية والتي تحتوي علي ثلاث صبغات هي : الحمراء والخضراء والزرقاء، وهذه الصبغات تختلف في نسبتها ؛ فهناك حوالي ٦٤٪ من المخاريط تحتوي علي الصبغة الحمراء، ٣٢٪ تحتوي علي الصبغة الخضراء، وحوالي ٤٪ تحتوي علي الصبغة الزرقاء .



شكل (١٦) يوضح الأطوال الموجية للألوان

وهذا القول يؤكد علي أن الخلايا المخروطية حساسة لثلاثة أطوال موجية فقط - التي تقع بين ٤٠٠ إلي ٧٠٠ نانومتر - هي : الأزرق الذي يصل إلي ذروته عند ٤١٩ نانومتر ، والأخضر الذي يصل إلي ذروته عند ٥٣١ نانومتر ، وأخيراً اللون الأحمر الذي يصل إلي روته عند ٥٥٨ نانومتر .

إخراج الصحف الإلكترونية الغالب الأول

وتقوم الصبغات الثلاث الموجودة في المخاريط بامتصاص الطول الموجي المنبعث من الشيء المدرك (الفتونات) وإرسالها إلى المخ البشري الذي يقوم بتحويلها إلى لون مدرك عن طريق تحديد الطول الموجي للون من خلال الإشارات المنبعثة من العصب البصري ؛ فإذا ما استقبلت الشبكية ٦٥٠ فتون في النانو متر ؛ فإن المخ يفسرها علي أنها مزيج من اللون الأخضر والأحمر ، وإذا ما استقبلت ٤٧٥ فتون في النانو متر فهذا يعني أنها مزيج من اللون الأزرق والأخضر^(*).

ونظراً لأن الهدف الأساسي الذي يرنو إليه أي مخرج صفحة هو أن يمكث قارئها في الاطلاع عليها حتي نهايتها ، كان طبيعياً أن تمرض الدراسة لرؤية العين ؛ لأن هذا الهدف لا يتحقق إذا ما شمر القارئ بالإجهاد في عضلة العين ، ويمكن أن نجعل الأسباب التي تؤدي إلي الإجهاد فيما يلي^(*).

• يشمر القارئ بالإجهاد من كثرة استخدام اللون الأزرق ؛ لأن عدسة العين تمتص - مرتين تقريباً - الضوء في حالة اللون الأزرق مقارنة باللونين الأحمر والأخضر لتعويض نقص الصبغات الزرقاء الموجودة في العين ، وتزداد هذه المشكلة مع تقدم العمر ؛ فإن العدسة تشحب تدريجياً ولا تستطيع تنقية الموجات القصيرة للضوء مثل اللون الأزرق ، كما أن منطقة وسط الشبكية - حيث تركز العدسة علي الأطوال الموجية القادمة - ليس بها تقريباً غاريط تحتوي علي الصبغة الزرقاء ، وهذا الإجراء يفرض علي مخرج الصحيفة توخي الحذر وهو يضع اللون الأزرق والألوان القريبة منه حتى لا يجهد عضلة العين لدي القارئ.

• يشمر القارئ بالإجهاد من كثرة استخدام اللون الأحمر والألوان القريبة منه ؛ لأن التركيز علي الأطوال الموجية الطويلة يجعل عدسة العين سميكة مما يصعبها بالإجهاد لبقائها علي هذا الوضع فترة طويلة .

• يشمر القارئ بالإجهاد نتيجة وضع لوتين متباينين في الطول الموجي متجاورين مثل الأحمر والأزرق ، لأن اللون ذو الطول الموجي الطويل يجعل عدسة العين

(*) Kenneth R. Koehler (1996) Spectral Sensitivity of the Eye, available online www.rwc.uc.edu/koehler/biophys/eye.html

(†) Ibid

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**

سميكة ، والطول الموجي القصير يجعل عدسة العين ضئيلة ، والتبديل بين الوضعين أو الانتقال المفاجئ يجعل العين تصاب بالإجهاد .

يتضح من هذا المعرض أن اللون الأخضر والألوان المتكونة من كتته تريح عين القارئ ولا تعبها بسرعة ؛ فهي قريبة الصلة بالموجات القصيرة والطويلة من زاوية ، وصيغاتها متوسطة من زاوية أخرى .

(ب) تأثير الألوان على المقرئية (Legibility) والرؤية (Visibility)؛

ثمة اختلاف بين المقرئية (الوضوح) والرؤية + فالمقرئية تعني النص المستمر ، في حين تعني الرؤية جذب الانتباه إلى نص صغير نسبياً ، وبناءً عليه يمكن القول إن المقرئية تستخدم للعناوين والنصوص ، في حين تستخدم الرؤية للعناوين فقط ، ونوضح فيما يلي استخدام الألوان بالنسبة للمقرئية والرؤية (*) :

(١) مقرئية النص؛

يمكن تقسيم المقرئية إلى نوعين أحدهما الوضع الأفضل والآخر الأسوأ :

الأفضل:

تخضع مقرئية النص لعملية التباين بين الأماميات والخلفيات ، وعلي هذا الأساس يعد اللون الأبيض كخلفية للنصوص القائمة الوضع الأفضل يليه اللون الأصفر كخلفية للنصوص القائمة ، يليهما الألوان المكموسة من نوعيهما ؛ أي الخلفيات السوداء والنصوص القائمة ، ثم الخلفيات الصفراء والنصوص القائمة (*) ،

(*)	See:	Psychological	Effects	of	Color	Perception
	http://library.thinkquest.org/50065/effects.html					
	INC.(2002)Making your web site and web graphic images easy to read, available online [URL http://www.grantasticdesigns.com/easytoread.html , Web Site Design Tips (2002) colors, available online [URL http://www.designdntest.com/pspmain.htm]					

(*) هنالك دراسة أخرى تري أن ترتيب مقرئية الألوان كالتالي :

- | | | |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| (١) الأسود على الأصفر | (٢) الأسود على الأبيض | (٣) الأصفر على الأسود |
| (٤) الأبيض على الأسود | (٥) الأزرق على الأبيض | (٦) الأبيض على الأزرق |
| (٧) الأخضر على الأبيض | (٨) الأبيض على الأخضر | (٩) الأحمر على الأبيض |
| (١٠) الأبيض على الأحمر . | | |

لذا تُعد النصوص التالية أفضل أنواع المقرئية .

النص الأسود علي أرضية بيضاء .

النص الأسود المخضر علي أرضية بيضاء .

النص الأسود المزرق علي أرضية بيضاء .

النص البني علي أرضية بيضاء .

الأسوأ:

يُخضع الوضع الأسوأ للمقرئية مثل الوضع الأفضل للتباين ، فتكون النصوص سيئة القراءة إذا ما كانت الأماميات والخلفيات متقاربة القتامة أو الوضوح ، وعلي هذا تكون مقرئية النصوص التالية سيئة ويجب الابتعاد عنها وهي :

النص الأخضر علي أرضية زرقاء .

النص الأخضر علي أرضية حمراء .

النص الأحمر علي أرضية خضراء .

النص الأبيض علي أرضية سوداء .

(٢) رؤية النص:

كما سبق أن قلنا فإن رؤية النص تتعلق بالمناوين أو بالنصوص الصغيرة جداً علي الاستثناء فمن أفضل الطرق لوضوح الرؤية ما يلي :

الأسود علي أرضية برتقالية .

الأزرق علي أرضية صفراء .

الأبيض علي أرضية أرجوانية .

»See: Grayson Business Computers (1998) PRINCIPLES OF SIGN DESIGN, available online [URL] <http://www.signcollege.com/courses.htm>

يرجع الباحث نتائج الدراسة الأولى [Psychological Effects of Color Perception] نظراً لأن ترتيب الألوان

العشرة السابقة يعتمد علي تباين الألوان علي الورق وليس علي الشاشة ، كما أن دراسة (SIGN DESIGN) تستخدم

ألواناً محددة مثل الأخضر والأحمر والأزرق فقط ولا يستخدم درجاتها مثل البرتقالي أو الأرجواني أو الأخضر المزرق التي

استخدمتها دراسة سيكولوجية الألوان .

إخراج الصحف الإلكترونية الكتاب الأول
الأحرر علمي أرضية خضراء .

أما بالنسبة لرغبة الأكاديميين في استخدام الخلفيات اللونية من عدمه ؛ فقد تبينت عينة الدراسة الميدانية بشأن استخدام الخلفيات اللونية للصفحة والأخبار ، وقد جاء هذا التباين لصالح عدم استخدام الخلفيات اللونية ؛ فقد رفض واحد وعشرون أكاديميا بنسبة ٩١٪ استخدام الخلفيات اللونية في الصفحة ، بينما رأي خمسة أكاديميين بنسبة ١٩٪ أفضلية استخدام الخلفيات اللونية في الصفحة .

وقد أرجع الرافضون لاستخدام الخلفيات اللونية رفضهم إلى الأسباب التالية :

- ١- إن الخلفيات اللونية تجعل النص غير واضح .
- ٢- إن الخلفيات اللونية تثقل العين .
- ٣- إن الخلفيات اللونية تشتت انتباه المخ وتشعبه .
- ٤- إن الخلفيات اللونية تدمر أحيانا .
- ٥- إن الخلفيات اللونية تقلل من وضوح الأشكال غير النصية مثل الصور والرسوم المتحركة .
- ٦- تجعل الصفحة غير جميلة من خلال إرباك العين .

أما المؤيدون لاستخدام الخلفيات اللونية فقد أرجعوا تأييدهم إلى السبب :

- ١- تقدم قيمة جمالية .
 - ٢- تساعد النص في إضافة معلومات جديدة .
- لقد تباين المؤيدون لاستخدام الخلفيات اللونية حيال نوعية الخلفيات المستخدمة ؛ فقد حدد اثنان بنسبة ٤٠٪ الخلفيات اللونية التي يريدونها وهو ما يوضحه الجدول التالي :

جدول (١٧) يوضح تفضيل الخلفيات اللونية لدى عينة الاستبيان الإلكتروني

لون النص	الخلفية اللونية	العدد	النسبة
أسود	سيان	١	٢٠٪
أسود	سماوي	١	٢٠٪

أما النسبة المتبقية ٦٠٪ فقد تركوا تحديد تلك الألوان إما لمخرج الصحيفة

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

الإلكترونية وعما اثنان بنسبة ٤٠ ٪ لكي يتوافق الموضوع مع الشكل المقدم له، وإما أن يختار المستخدم تلك الألوان من بين مجموعة من الألوان تقدمها الصحيفة الإلكترونية للمستخدم ليختار منها، وقد تبني هذا الرأي محكم واحد فقط بنسبة ٢٠ ٪ من إجمالي المقيدين.

من هذا العرض نحن نؤيد عدم تقديم خلفيات لونية للنصوص، فقد أثبتت الدراسة التحليلية أن الصحف تضع خلفيات ذات لون أزرق وهو لون يضر بشبكة العين، وتمتته الدراسات العلمية، وربما يرجع السبب في ذلك لعدم معرفة المصممين بالأبعاد السيكلولوجية للألوان من ناحية وفوائدها وأضرارها السيكلولوجية من ناحية أخرى.

ثالثاً: استخدام الألوان في الصحف العرابة:

تتمدد استخدامات الصحف الإلكترونية للألوان، ولكن أكثر العناصر استخداماً لها هي: الأرضيات، والنصوص، والروابط، والحدود والفواصل، والصور - قد استثنينا كل من الصور والفواصل فقد خصص لهما مبحثان -، ونعرض فيما يلي لتلك الاستخدامات في صحف الدراسة محولين الإيجاز.

(أ) جريدة الأهرام:

(١) استخدام الألوان في الخلفيات:

استخدمت صحيفة الأهرام الصورة كخلفية لونية لصفحتها بكاملها، وهي عبارة عن عمود أزرق بطول الصفحة من جهة اليسار، وقد وفقت صحيفة الأهرام في توليف اللون الأزرق مع ألوان الصور (الأيقونات) الموضوع عليها من الناحية اللونية، ويشعر المشاهد لها بأنها كتلة واحدة غير منفصلة.

كما استخدمت جريدة الأهرام الخلفيات في تقديم عناوينها الرئيسية، وأرضيات نصوصها، علاوة على استخدامها للخلفيات في العناوين شبه الثابتة من عدد إلى آخر مثل: (الأهرام اليوم، والعناوين المجمعة، والعالم هذا الصباح) وهم كما يلي:

جدول (١٨) يوضح : نماذج خلفيات الأهرام اللونية

الخلفيات	النماذج	نموذج [RGB]	نموذج [HSB]		
		النظام السداسي العشري	كثافة اللون	الإشراق	الوضوح
أرضية العناوين الرئيسية		Fffe6	60	10	100
أرضية نصوص العناوين الرئيسية		eaeaff	240	8	100
أرضية في الأهرام اليوم		E0e0ef	240	6	94
أرضية العناوين المجمعة		F8f8fc	240	2	99
أرضية العالم هذا الصباح		E0efe0	120	6	94
أخضر فاتح					

شغل اللون الأزرق ودرجاته المرتبة الأولى في خلفيات النصوص في صحيفة الأهرام ؛ ويتبين من الجدول السابق من خلال نموذج [HSB] أن كثافة ثلاثة ألوان هي ٢٤٠ درجة ؛ وهذا يعني أن اللون الأساسي المكون لدرجاتها هو اللون الأزرق ، كما تساوت نسبة اللون الأحمر والأخضر في نموذج [RGB] بالنسبة لهذه الألوان الثلاثة .

علي الرغم من كبر نسبة اللون الأزرق إلا أنها كانت نسبة ضعيفة بالنظر إلى التشبع اللوني للون الأزرق (الإشراق) ؛ فنجدها ضعيفة جدا لدرجة لا تكاد تذكر ، بينما كبرت درجة وضوح اللون الأزرق وكل هذا يؤكد أن اللون المستخدم في الأرضيات الثلاث كان الأزرق الفاتح ، وذلك لكي يُظهر النصوص السوداء التي عليه . وقد استخدمت الصحيفة هذا اللون لكي تضع فيه أرضيات نصوص العناوين الرئيسية ، وأرضية العناوين المجمعة ، وأرضية في الأهرام اليوم .

بينما شغل اللون الأصفر الفاتح المرتبة الثانية في خلفيات النصوص في صحيفة الأهرام ؛ فقد استخدمته الصحيفة لكي تضع فيه العناوين الرئيسية ذات النص الفاتح الملونة باللون الأزرق ، وعلي الرغم من أن اللون الأزرق علي أرضية صفراء فاتحة من

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**

الألوان التي تجذب انتباه القارئ إلا أن الصحيفة قد جانيها الصواب في استخدام هذا اللون؛ فالعناوين الرئيسية عناوين بارزة في حد ذاتها لا تنافسها عناوين أخرى، كما أن اللون الأصفر الفاتح يؤدي إلى تعارض بصري مع اللون الأزرق؛ فعين القارئ تستغل انتقالاً مفاجئاً من الطول الموجي العالي للون الأصفر الفاتح إلى الطول الموجي المنخفض للون الأزرق مما يصيب عدسة العين بالإجهاد نتيجة تمرير الضوء العالي والضوء المنخفض إلى الشبكية في نفس الوقت.

وقد جاء اللون الأخضر الفاتح في الترتيب الأخير بالنسبة لخلفيات النصوص؛ فقد استخدمته صحيفة الأهرام في أرضية المعالم هذا الصباح التي تظهر في بعض الأعداد وتختفي في البعض الآخر.

(٧) استخدام الألوان في الروابط:

لم تستخدم جريدة الأهرام الألوان في تحديد الروابط النشطة وغير النشطة والروابط التي تمت زيارتها، فقد تركت هذا الموضوع لمستعرض الويب والقارئ لكي يحدد المستعرض الروابط الافتراضية الموجودة لديه، أو يقوم القارئ بتغيير هذه الألوان إذا ما رغب في ذلك من خيارات المستعرض.

(٢) استخدام الألوان في العناوين

استخدمت صحيفة الأهرام اللون الأزرق لعناوينها المتغيرة (العناوين الإخبارية) التي اتخذت شكل روابط فائقة وهذا الإجراء يعد من الإجراءات الموقفة التي اتخذتها جريدة الأهرام فإن تغيير شكل الروابط إلى اللون الأسود يجعل القارئ يشعر بأن هذا اللون لا يحتوي على روابط.

(٤) أسلوب الألوان

بنظرة إجمالية إلى صحيفة الأهرام نجد أنها تعتمد على اللون الأزرق واللون الأصفر بشكل كبير مما يؤكد اعتماد الصحيفة على أسلوب الألوان المتممة (المكتملة)، ومن وجهة نظرنا لم توفق الصحيفة في اختيارها لهذا الأسلوب، لأن وضع اللونين الأزرق والأصفر متجاوران يؤدي إلى الانزلاق البصري من الطول الموجي القصير إلى الطول الموجي الطويل، مما يفضي بدوره إلى حدوث الاهتزاز البصري والشعور بالاضطراب وعدم التوازن.

ب) جريدة الجمهورية:

(١) استخدام الألوان في الخلفيات

لم تستخدم جريدة الجمهورية الألوان كخلفية للنصوص ، ولكنها استعاضت عن الخلفية اللونية بخلفية الصورة ، وقد اتخذت من اللون الأزرق المتدرج خلفية لمرض عنوان الصحيفة وتقسيمات الصحيفة ، غير أنه يُعاب علي هذا الأسلوب أن صور الخلفيات تحمل الصحيفة بعثه في تحميلها علي الشبكة .

(٢) استخدام الألوان في الروابط

لم تستخدم صحيفة الجمهورية التقسيم السداسي العشري في تحديد ألوان الروابط ولكنها اكتفت أن تضع الألوان بأسمائها الفعلية داخل أسلوب CSS بالوضع التالي :

```
{
A.nav:link}
COLOR: blue; FONT-FAMILY: Arial(Arabic)
{
```

وللتحديد ولسهولة المقارنة فإننا نضمها في الجدول التالي :

جدول (١٩) يوضح استخدام جريدة الجمهورية للألوان في الروابط

اللون بالفرنسي	نموذج [HSB]			نموذج [RGB]	النماذج	الروابط
	الوضوح	الإشراق	كثافة اللون	النظام السداسي العشري		
أزرق	100	100	240	0000ff		الروابط link
الأحمر	100	100	0	ff0000		الروابط النشطة Alink
أزرق	100	100	240	0000ff		الروابط التي تمت زيارتها Vlink

يتضح من هذا الجدول أن صحيفة الجمهورية استخدمت اللون الأزرق في تحديد الروابط التي لم تتم زيارتها والتي زارها المستخدم ، ويتبين ذلك من درجة تشبع

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول
اللون، فلم يدخل أي لون من اللونين الأساسيين الآخرين في تركيبه اللون الأزرق، كما استخدمت الصحيفة اللون الأحمر الفاتح في تحديد الروابط النشطة.

يؤخذ علي هذا الأسلوب أنه يضع نفس القيمة للروابط التي تمت زيارتها والروابط التي لم تتم زيارتها؛ مما يجعل القارئ غير متأكد بالفعل من الروابط التي وصل إليها؛ فالصحيفة في هذه النقطة لم تحدد شخصية ثابتة لها في استخدام ألوان الروابط، وفي نفس الوقت لم تترك للمستعرض تحديد الروابط التي تمت زيارتها من تلك التي لم تتم زيارتها.

(٢) استخدام الألوان في العناوين

يخضع لون العنوان الرئيسي في جريدة الجمهورية إلي اللون الذي يظهر به العنوان الرئيسي في الصحيفة الورقية؛ فصحيفة الجمهورية الإلكترونية تضع صورة للعنوان الرئيسي مأخوذة من الصحيفة الورقية.

أما باقي عناوين الصحيفة الإخبارية (العناوين المتغيرة) فأنها تأخذ اللون الأزرق لأنها روابط، في حين تأخذ العناوين الثابتة (عناوين تقسيمات الصحيفة) اللون الأبيض لأنها صورة علي خلفية زرقاء تتحول إلي اللون الأحمر عند وقوف القارئ عليها أو مرورها بها.

(٤) أسلوب الألوان

بنظرة عامة علي صحيفة الجمهورية يظهر بوضوح كامل أن الصحيفة اعتمدت علي أسلوب الألوان الباردة، وبخاصة استغراقها في استخدام كتلة اللون الأزرق في جانبيها الأيمن والأيسر، علاوة علي استخدام الروابط ذات اللون الأزرق.

فعلي الرغم من أن الألوان الباردة تُشعر القارئ بالهدوء والسكينة، إلا أن الإكثار منها يتعارض مع قصد الرسالة الإعلامية التي تكون مساختة في حد ذاتها؛ مما يجعل القارئ أقل في تفاعله معها، علاوة علي ذلك فإن الإكثار من اللون الأزرق يجهد عضلة العين؛ لأن عدسة العين تكون ضئيلة لتمرير أكبر قدر من الضوء إلي الشبكية.

(٣) صحيفة النيويورك تايمز

(١) استخدام الألوان في الخلفيات:

جاء اللون الرمادي في المرتبة الأولى في صحيفة النيويورك تايمز؛ فقد استخدمته

إخراج الصحف الإلكترونية **قلب الأول**

كلون ثابت لأرضيات المناوين الثابتة من الناحية اليسرى في الصحيفة - مثل :
[Classified, News, Option, Features & Services] ، وهذه المناوين الثابتة عبارة عن صور وليست نصوصاً ذات خلفية .

كما استخدمت الصحيفة اللون الرمادي كأرضية عوضاً عن الفراغ الأبيض في بعض أماكن الصفحة ؛ ويوضح الجدول التالي الدرجات اللونية للون الرمادي والمكان الذي استخدمته فيه الصحيفة .

جدول (٢٠) يوضح: الدرجات اللونية للون الرمادي في صحيفة نيويورك تايمز

اللون بالترتيب	نموذج HSB			نموذج RGB	نماذج الألوان	رقم
	الدرجة	القيمة	الشفافية	النظام السداسي العشري		
رمادي غامق	60	0	0	999999	نهاية العمود الأيسر	
رمادي قاتم	80	0	0	Ccccc	العمود الثاني والثالث في وسط الصفحة	
رمادي داكن	87	0	0	Ddddd d	أعلى العمود الرابع الذي يتناول الولوج إلى محتويات الصحيفة	
رمادي فاتح	89	0	0	E3e3e3	البحث والأرشفة (العمود الثاني والثالث) أسفل عنوان الصحيفة	

جاء الكود '999999' في الترتيب الأول من حيث الاستخدام ، تلاء الكود 'cccccc' في الترتيب ، ثم تلاهما الكود 'e3e3e3' في الترتيب الثالث ، إلا أن مساحته كانت صغيرة مقارنةً بساقيه ، ثم جاء الكود 'dddddd' في الترتيب الرابع والأخير ، وهذا يعني أن الصحيفة قد تدرجت من اللون الرمادي القاتم إلى اللون الرمادي الفاتح في تقديم الأرضيات ، وربما استخدمت الصحيفة هذا الإجراء كي تمنح عين القارئ الانسيابية في التحرك .

هذا وقد جاء اللون الأزرق في المرتبة الثانية ؛ فقد استخدمت الصحيفة اللون الأزرق القاتم في كتابة النصوص الفائقة غير الثابتة ، في العمود الرابع - العمود الأخير من الناحية اليمنى - كأرضية للمناوين شبه الثابتة مثل :

[Markets, On this Day, Reader Options, Latest AP/Reuters, IN The Sunday's times, & IN Circuits]

(٢) استخدام الألوان في الروابط

جدول (٢١) يوضح استخدام الألوان في روابط الخوييورة تاييز

اللون بالترتيب	نموذج [HSB]			نموذج [RGB]	التماذج	الروابط (٥)
	الوضوح	الإشراق	كثافة اللون	النظام السداسي العشري		
أزرق قائم	40	100	240	000066		الروابط link
أحمر قائم	60	100	0	990000		الروابط النشطة Alink
أزرق غامق	39	32	240	444464		الروابط التي تمت زيارتها Vlink

يتضح من الجدول السابق أن كود الروابط "000066" يعني أن اللون الأزرق يقع عند درجة ١٠٢ ؛ فهو يقترب من منطقة القنامة ، وكونه تقع عند ٢٤٠ درجة التي تمثل اللون الأزرق ، ودرجة إشراقه تقع عند ١٠٠ درجة أي الدرجة القصوى لتشيح اللون الأزرق ، ودرجة وضوحه تقع عند ٤٠ درجة وهذا يعني أن درجة الإضاءة اللونية به ضعيفة نسبياً .

بينما يتبين من الجدول أن الروابط النشطة استخدمت كود "990000" ، وهذا يعني أن اللون الأحمر يقع عند درجة ١٥٣ درجة ، وتعني أن اللون يقع في المنطقة الوسطى من الدرجات اللونية ، ويعني إشراق اللون أن درجة تشبعه باللون الأحمر مكتملة .

وبالنظر للجدول يتضح أن كود الروابط "444464" التي تمت زيارتها أكثر قائمة من اللونين السابقين فهي تقترب من المنطقة الرمادية ، وذلك لأن نسبة اللونين الأحمر والأخضر متساوية ونسبة اللون الأزرق تقترب منهما إلا أنها أكثر منهما بقليل ، وإذا

(*) يقصد بكلمة رابطة link الموقع الذي لم تتم زيارته من قبل المستخدم ، ويقصد بكلمة Alink الموقع الذي يضغط عليه المستخدم بالفأر قبل الزيارة أو الموقع الذي يقف عليه المستخدم بالثيرة (مؤشر الفأرة) pointer ، في حين يقصد بكلمة vlink الموقع الذي تم زيارته visited link من قبل المستخدم

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
 ما مثلنا هذا اللون بالدرجات العشرية فتكون كالتالي * 68-68-100* ، كما أن تشبع
 اللون الأزرق قليل فهو ٣٢ درجة .

إن اللون الأزرق يساوي النص الفاتح ، لذا يجب ألا توضع الخطوط غير المحتوية
 علي نص فاتح بهذا اللون ، كما أن اللون الأحمر والأرجواني محجوزان للروابط التي
 تمت زيارتها^(*).

غير أن صحيفة النيويورك تايمز قد انتهكت تلك القاعدة ووضعت مجموعة من
 العناوين بلون قريب من اللون الأحمر وليست ثمة داعياً لهذا الإجراء الخاطئ الذي من
 وجهة نظرنا ليس وراءه هدف تركن الجريدة إلى تحقيقه .

(٣) أسلوب الألوان:

يتبين من العرض السابق لجريدة النيويورك تايمز أنها تستخدم درجات ثلاث ألوان
 فقط هي : الرمادي والأزرق والأسود ، ومن ثمة فهي تتبع أسلوب الألوان التماثلية
 التي تعطي لكل العناصر البائية الموجودة علي الصفحة أهمية متساوية .

(٤) جريدة يواسي توافي

(١) استخدام الألوان في الخلفيات:

جدول (٢٢) يوضح: استخدام الألوان في الخلفيات: اليواسي توافي

اللون بالترتيب	نموذج HSB			نموذج RGB		النماذج	الحقلان
	الوضوح	الإشراق (التشبع)	كثافة اللون	النظام الثنائي العشري			
أزرق داكن	80	100	210	0066cc		عناوين الخدمات الإعلانية	
أزرق	80	100	240	0000cc		خلفية عنوان الصحيفة	

(*) Jakob Nielsen (1991) "Marginalia of Web Design" available online [URL]
<http://www.useit.com/alertbox/Marginnlia>

قائم					والخبر المجاور
أزرق خامق	60	100	240	010099	عناوين الموضوعات المجمة
أزرق فاتح	100	40	240	9999ff	عناوين Shop.USATODAY.com
فضي	75	0	0	C0c0c0	أرضية Inside Usatoday.Com
رمادي فاتح	91	0	0	E8e8e8	أرضيات نصوص Shop.USATODAY.com

يتضح من الجدول السابق أن صحيفة يو أس آيه تدرجت في استخدام اللون الأزرق من اللون الأزرق القاتم جدا إلى اللون الفاتح جدا، ويتضح ذلك من درجة تشبع اللون الأزرق ودرجة وضوحه؛ فقد تدرجت الصحيفة من التشبع الخفيف ٤٠ درجة إلى التشبع العالي ١٠٠ درجة، كما تدرجت في الوضوح من ١٠٠ درجة إلى ٦٠ درجة لتصل إلى اللون الفاتح.

ويبين من الجدول السابق أن اللون الرمادي قد أتى في الترتيب الثاني بالنسبة لألوان الخلفيات التي استخدمتها الصحيفة، وقد تدرجت الصحيفة كذلك في استخدام درجات اللون الرمادي الفاتح والقاتم.

(٢) استخدام الألوان في العناوين

استخدمت صحيفة اليو أس آيه تودي اللون الأسود لتقديم عناوينها المتغيرة، في حين لجأت إلى اللون الأزرق في تقديم عناوينها شبه الثابتة والثابتة، فقد غيرت الصحيفة ما اعتاد عليه القارئ في تقديم روابطها؛ فاستخدام اللون الأسود في تقديم عناوينها المتغيرة يناق ما اعتاد عليه القارئ في أن الروابط تكون ملونة باللون الأزرق؛ مما يؤدي بدوره إلى خداع القارئ الذي يفترض أن هذا النص لا يحتوي على رابطة، والباحث لا يري أن ثمة ضرورة ملحة من وراء استخدام هذا الأسلوب؛ فهو محاولة خداع لا تخدع المضمون أو الشكل، إلا أن هذا الأسلوب قد حقق ميزة بصرية هي تقليل المادة الزرقاء التي تواجه القارئ.

(٣) استخدام الألوان في الروابط

خدمت صحيفة اليو أس آيه توداي التقليد المتعارف عليه في استخدام اللون الأزرق في تقديم الروابط النشطة ، فقد استخدمت الصحيفة اللون الأسود بدلا من اللون الأزرق في تقديم روابطها النشطة ، وهذا التقليد الذي اتبعت الصحيفة يتنافى مع ما تعارف عليه القارئ من أن اللون الأزرق يمثل الروابط متجاهلة ما يسمى الربط البصري لدى القارئ ، في حين اتبعت هذا الأسلوب (اللون الأزرق للروابط) في تقديم تبويبها .

ليس هنالك سبب محدد يمكن من خلاله الدفاع عن تجاهل الصحيفة لهذه القاعدة فقد حاول الباحث أن يمزو ذلك إلى تقليل المادة الزرقاء في الصحيفة إلا أنه وجد الصحيفة مستغرقة في استخدام الخلفيات الزرقاء ، كما حاول الباحث أن يمزو ذلك إلى جذب انتباه القارئ إلا أن ذلك يعد نوعا من الخيال ، فالقارئ يدرك تماما أن اللون الأزرق يمثل الربط وهو حر في اتباعه من عدمه .

(٤) أسلوب الألوان

يتضح من الشكل العام للصحيفة أنها تستخدم أسلوب الألوان الباردة في الجهة اليسرى من الصحيفة ، فهي تستخدم اللون الأزرق الفاتح في خلفيات العديد من النصوص ، وتستخدمه كذلك كخلفية لعنوان الصحيفة ، هذا علاوة على استخدامها للون الأزرق في تقديم تبويبها ، بينما لجأت الصحيفة في الجهة اليمنى إلى إحداث التباين بين اللون الأسود في تقديمها لعناوينها الإخبارية على أرضية بيضاء ، وهذا الأسلوب يمكن أن يطلق عليه أحادي الألوان ، وهذا الأسلوب لا يليق بصفحة الويب أن تستخدمه بصورة منفردة ، فعلى الرغم من آثاره الإيجابية من ناحية راحته للإبصار ومقدرته العالية على الوضوح ، إلا أنه لا يحتوي على مسحة جمالية ^(*) .

(*) See: Web Design For Instruction (2002) Classic Graphic Design theory Elements of

Design: value & Color, available online [URL]

<http://www.usask.ca/education/coursework/skaalid/theory/cgdt/color.htm> . Bonnie

Skaalid (1999) Color as an Element of Design, published by University of

Saskatchewan, available online [URL]

<http://www.usask.ca/education/coursework/skaalid/theory/cgdt/designtheory.htm>

أسلوب الألوان الأحادية هو الأسلوب الذي تستخدم فيه كنه واحدة في التصميم متنوعة القيم ، ويمكن

إضافة اللون الأسود والأبيض إليهما .

يتضح من العرض السابق أن اللون الأزرق احتل المرتبة الأولى في كل الصحف موضع الدراسة سواء أكانت مصرية أم أمريكية. وعلي الرغم من المحاذير والسيئات التي وضحها علم البصريات من جراء استخدام هذا اللون، إلا أن الصحف لم تستجب لهذا الإجراء، بل علي العكس كان اللون الأزرق الأكثر استخداماً؛ وربما لجأت الصحف إلي اللون الأزرق لكي تحدث نوعاً من الوحدة بين عناصر الصفحة نظراً لأن اللون الأزرق يستخدم في النصوص الفائقة، وعلي الطرف الآخر، ربما لم يكن لدي مصممي موقع الصحف علماً بأن اللون الأزرق يصعب إدراكه بالنسبة لكبار السن.

تباينت الصحف الأربع في اتباع أسلوب موحد في تقديم الألوان؛ فقد اعتمدت صحيفة الأهرام علي أسلوب الألوان المكتملة؛ فقد استخدمت اللون الأصفر كمكمل للون الأزرق، أما صحيفة النيويورك تايمز فقد اتبعت أسلوب الألوان التماثلية؛ فقد استخدمت اللون الأزرق ودرجاته اللونية واللون الأسود ودرجاته اللونية في تسجيم يوحي للنظر بأن هذه الألوان تتألف من كائنات متقاربة، في حين اتبعت مجلة الجمهورية واليو أس آيه توداي أسلوب الألوان الباردة مع الاختلاف بين الاثنين؛ فقد استخدمته جريدة الجمهورية بصورة مبالغ فيها، أما صحيفة اليو أس آيه توداي فقد استخدمته في الناحية اليسرى فقط، أما الناحية اليمنى فقد استخدمت فيها أسلوب الألوان الأحادية الذي يجمع بين اللون الأبيض والأسود، وعلي الرغم من هذا التباين بين الصحف الأربعة إلا أنها توحدت في استخدام الألوان الباردة بكثرة.

اختلفت الصحف الأربع في اعتمادها علي الخلفيات اللونية من حيث الكيف والكيم، فقد استخدمت صحيفة الأهرام الخلفيات لتقديم الأخبار وعناوينها، بينما استخدمت صحيفة اليو أس آيه توداي الخلفيات الزرقاء الفاتحة في تقديم أخبارها علي العمود الثاني من جهة اليسار بطول الصفحة، في حين لم تلجأ صحيفة النيويورك تايمز إلي الخلفيات إلا في حيز ضيق جداً، أما صحيفة الجمهورية فلم تلجأ إلي الخلفيات اللونية علي الإطلاق في تقديم أخبارها إنما اكتفت بالخلفيات التي تحيط بالأخبار تاركة للمجال للون الأبيض لكي يشكل نوعاً من التباين مع اللون الأزرق الذي تملأ به الصفحة.

وبناء على ما سبق فليس هناك أسلوب أو طريقة تميز الصحف المصرية عن الأمريكية أو تميز الصحف الأمريكية عن المصرية في استخدام الألوان، بل إن السمة العامة هي عدم الإفادة المثلى من تقنية الألوان التي تقدمها الإنترنت، فالألوان التي استخدمتها الصحف من حيث الترتيب هي (الأسود، والأزرق، والرمادي، والأحمر) أما بقية الألوان فهي مغبية في صحف الدراسة حتى إنها لم تصل إلي درجة استخدام الألوان الآمنة (٢١٦) من مجلة ٢١٦، ٧٧٧، ١٦ لون. وهذا يوضح استهانة الصحف بالألوان على الرغم من أهميتها في التأكيد على المضمون من ناحية، وإجراء تأكيدات سيكولوجية لدى القارئ من ناحية أخرى.

المبحث الثاني

الحدود والفواصل

يتناول هذا البحث الحدود والفواصل بوصفهما عناصر مساعدة في إبراز المضمون وتنظيمه وتنسيقه ؛ فهي لا تحتوي علي معلومات في حد ذاتها ، إلا أنها لا تقل أهمية عن المعلومات فيدونها تحتلط جميع العناصر البنائية الأساسية من صور ونصوص ووسائط فائقة ووسائط متعددة مع بعضها البعض ، كما تفقد العين مسار رؤيتها ولا تستطيع أن تسير بين أكوام المعلومات المكدسة وغير المنظمة ، فالقواصل تقوم بفصل تلك المواد عن بعضها البعض ، كما تقوم بتقديم مساحات بيضاء تترك لعين المستخدم حرية الحركة والتنقل من مكان إلي آخر عبر الصفحة في يسر وسهولة وانسيابية .

وعلي الرغم من أن الجداول والفواصل من العناصر البنائية غير المقروءة أو المرئية لذاتها ، لكنها تقوم بمجموعة من الأدوار تتمثل في تحديد علاقات الاتصال أو الانفصال لمساحات الصفحة التي تشغلها المواد التحريرية ، بالإضافة إلي القيام بعملية تنظيم القراءة بحيث لا تختلط عين القارئ بين المواد المتجاورة علي المستوي الرأسى والأفقى ، كما تقوم بتأكيد بعض العناصر البنائية مثل إحاطة هذه العناصر بإطار أو جدول للتأكيد عليها وإعطائها أهمية معينة مما يضفي قيمة جمالية للصفحة^(*).

ونظرا لاختلاف القواصل في الصحافة الورقية عن مثيلتها الإلكترونية ، فقد تم تقسيم الحدود والفواصل التي تعرضها الصحف الإلكترونية إلي نوعين رئيسيين لكل نوع منهما خصائصه التي تميزه عن النوع الآخر ، وهما كما يلي:

أولاً: الفواصل التنظيمية:

يقصد بالفواصل التنظيمية الفواصل التي تهتم في المقام الأول بتنظيم وترتيب المضمون ، وقد تكون هذا القواصل ظاهرة للمستخدم يراها بيمينه أو تكون مخفية لا يظهر إلا أثرها في تنظيم وتنسيق الأشكال المرئية الموجودة علي صفحة الويب ، ومن

(*) فوزي عبد الفتى خلاف (إبريل ٢٠٠٠) العناصر البنائية في الصحف العربية الإلكترونية مرجع سابق ، ص ٨٦ .

هذه الفواصل، الجداول والإطارات والخطوط، وهم كما يلي:

(أ) الجداول [Tables]:

ثمة فارق بين الجداول المستخدمة في فصل المواد في الصحافة الورقية وتلك المستخدمة في الصحافة الإلكترونية؛ فالجداول المستخدمة في الصحافة الورقية هي بمثابة خطوط رأسية أو أفقية تفصل بين المواد التحريرية على الصفحة بعضها عن البعض أو بين المواد التحريرية والإعلان^(*)، وتنقسم هذه الجداول إلى نوعين: جداول طولية، وجداول عرضية، وكانت الجداول الأولى - الطولية - تستخدم لتثبيت الحروف في حالة طباعة الصفحة، فالهدف المستخدمة من أجله لم يكن فصل المواد بمقدار تثبيت الحروف، ثم تحول الهدف بعد التقدم التقني إلى فصل المواد فلم تستطع أن تنجو الصحف من تعود كل من خرج الصفحة وقارئها على هذه الجداول، أما الجداول العرضية فكانت تستخدم لفصل المواد بصورة أفقية، وكانت تستخدم للتأكيد على بعض العناوين الفرعية^(***).

أما الجداول في الصحافة الإلكترونية فقد جاءت لتنظيم محتويات الصفحة من صور ورسوم جغرافية ونصوص، ويتكون الجدول في الصحافة الإلكترونية عادة في لغة [HTML] من صفوف [Row] أفقية، وأعمدة [Columns] رأسية، ويتم تقسيم الصف بعدد الأعمدة؛ وبذلك تتكون الخلايا، والخلية عبارة عن مربع أو مستطيل يقع عند التقاء صف وعمود، فمثلاً إذا كان لدينا جدول مكون من أربعة صفوف وثلاثة أعمدة، فإن هذا الجدول يتكون من ١٢ خلية في كل صف ثلاث خلايا.

وقد تكون هذه الجداول ظاهرة للمستخدم أو مخفية لا يراها، وعملية إخفاء أو

(*) ثمة اختلاف أيضاً بين مصطلح الجداول في اللغة الإنجليزية بين الصحافتين الإلكترونية والورقية، ففي الصحافة الورقية يستخدم مصطلح [Rules] للدلالة على الجداول، أما في الصحافة الإلكترونية فيستخدم مصطلح [Table] للدلالة على الجداول المستخدمة في تنظيم العناصر البنائية.

(**) أشرف محمود صالحي (١٩٨٤) الطباعة وتبوغرافية الصحف، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ص ٢٣٢.

(***) شريف درويش اللبان (١٩٩٧) فن الإخراج الصحفي، ط ٢، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ص ٢٠٤.

إخراج الصفح الإلكترونية

إظهار الجداول لا يكلف مخرج الصحيفة الإلكترونية كثيراً، فيتم التحكم في ذلك من طريق الكود المستخدم في تحديد إطار الجدول في لغة [HTML] مثل ذلك^(*):

<Table border = "0"> وهذا يعني أن الجدول لا يحتوي على حدود ظاهرة ، ويمكن جعل هذه الحدود سميكة أو نحيفة عن طريق تغيير قيمة الصفر إلى أي قيمة يرغب فيها المصمم فقد تكون هذه القيمة ١ أو ٢ ، ولا ينصح أن تزيد هذه القيمة أكثر من ذلك لأنها يكون مبالغ فيها بدون داعي، كما أنها تستهلك مساحة كبيرة من مساحة الشاشة المخصصة للمضمون ، كما أن زخرفتها وسمكها الزائدين قد يصرفا القارئ للنظر إليها بدلا من النظر إلى المضمون .

قد عمدت صحف الدراسة الأربع جميعها إلى عدم عمل حدود ظاهرة لجداولها ، فقد أعطتها جميعاً قيمة صفر؛ وهذا يعني عدم ظهور حدود الجدول، ويفيد هذا الإجراء في زيادة الفراغات بين الموضوعات المختلفة من زاوية، ويجعل عين القارئ تتحرك في انسيابية بين الموضوعات المختلفة من زاوية أخرى.

(١) وظائف الجداول

تقوم الجداول بوظيفتين أساسيتين في صفحات الويب - بصفة عامة - وفي الصحف الإلكترونية بصفة خاصة هما:

❖ الوظيفة التنظيمية:

تؤدي الجداول دوراً لا يستهان به في تنظيم المواد المقدمة للمستخدم؛ فهي تقوم بتضمين التصوص والصور والرسوم المتحركة بداخلها، فبدون الجداول لا يمكن وضع صورة مجاورة لنص سواء أكان عنواناً أم متناً، ولا يمكن أيضاً وضع صورتين متجاورتين مع بعضهما سواء أكان ذلك التجاور أفقياً أم رأسياً، فالجدول يقوم بتنظيم المواد اعتماداً على الخلايا^(٢).

(*) Chris Bates (2002) Web Programming: Building Internet Application, 2nd edition, John Wiley & sons, ICN, Network. P514.

(٢) See: Terry Sullivan (1998) The Trouble With Tables, available online [URL] <http://www.pantos.org/atw/35365.html> . Internet Brothers (2003) hypertext markup language advanced topics: tables 101, available online [URL] <http://internetbrothers.com/tables1.htm>

❖ وظيفة تنظيم الرؤية:

تفيد الجداول في عمل فراغات بيضاء من خلال تكوين جداول ثلاثية الأعمدة يوضع في العمود الوسط نصاً ويترك العمودان الأيمن والأيسر كفراغات بيضاء، وينفس الطريقة يمكن تكوين أربعة أعمدة أحدهما يحتوي علي صورة والآخر يحتوي علي نص والاثنتين الباقيتين يحتوي كل منهما علي فراغات بيضاء، ويتم التحكم في مساحتهما بالبيكسل حسبما يريد المصمم، كما يمكن تعشيش [Nesting] أحد الجداول في الآخر (المقصود بتعشيش جدول في آخر أن تكون كل محتويات الجدول الثاني داخل الجدول الأول)؛ ليبدو مظهر الصفحة جذاباً، كما تفيد الجداول في خلق ارتباط بصري بين الصفحة الرئيسية والصفحات المتفرعة من خلال رؤية نفس التنسيق في كل الصفحات مما يحقق مبدأ الوحدة في التصميم^(*).

يساعد تنظيم العناصر البنائية من صور ونصوص ووسائط فائقة داخل الجداول في تنظيم حركة رؤية العين التي تنتقل من النصوص إلي الصور إلي الروابط الفائقة في انسيابية ويسر دونما إعاقة بصرية ناجمة عن ازدحام تلك العناصر.

(٢) الاعتبارات التي يجب مراعاتها في تصميم الجداول

ثمّة مجموعة من الاعتبارات التي يجب أن تراعى أثناء قيام المصمم باستخدام الجداول منها^(٢):

❖ عرض الجدول

يجب أن لا يزيد عرض الجدول عن تباين الشاشة^(*) [Screen resolution] الافتراضي وهو ٦٠٠×٨٠٠ بيكسل، ويجب أن يضع مصمم الصحيفة في الاعتبار

(*) Internet Brothers (2003) hypertext markup language advanced topics: tables 101, available online [URL], <http://internetbrothers.com/tables1.htm>

(٢) أنظر: مجدي محمد أبو العطا (٢٠٠٠) المرجع الأساسي لستخدام HTML، سلسلة تفسير علوم الحاسب مجموعة كتب البرمجة ٦٤، القاهرة: العربية لعلوم الحاسب كمبيوترس، ص ٢٣٢-٢٨٣.

(*) للمزيد من التفصيل حول تباين الشاشة يرجى الرجوع إلي البحث الخاص بالعناصر البنائية التقليدية (الخطوط)، ويرجى أيضا الذهاب إلي البحث الخاص بتصميم مساحة الواجهة الإلكترونية

إخراج للصحف الإلكترونية **الكتاب الأول**
المساحة التي يأخذها شريط التحريك سواء أكان هذا الشريط في الجهة اليسرى أم
اليمنى في الصفحة ، وقد تم تحديد المساحة العرضية المثلى ب ٧٨٠ بيكسل ؛ وذلك
بعد حذف مساحة شريط التحريك ؛ أما صغر عرض الجدول فليست هنالك قاعدة
له ؛ فالصحيفة حرة في وضع المساحة التي تراها مناسبة لتنسيق صفحاتها .

ويتطابق هذه القاعدة علي صحف الدراسة اتضح أن صحيفة الأهرام تضع اتساعاً
قدره ٧٧٠ بيكسل لجدولها الرئيسي ، أما صحيفة الجمهورية فتضع ٧٨٠ بيكسل
لجدولها الرئيسي ، بيد أن صحيفة النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي قد اتفقتا في
تقديم جدولهما الرئيسي بواقع ٧٦٨ بيكسل لكل واحدة منهما .

أما جداول التمثيلش أو الجداول الفرعية ، فإنها تستقي طولها من الجدول الرئيسي
فهي متعددة الطول داخل صحف الدراسة ، والصحف حرة في تقديم العرض المناسب
لهذه الجداول وفقاً للمضمون ، فقد تكون هذه الجداول صغيرة جداً ؛ فقد قدمت
صحيفة الأهرام جداول عرضها ٧٥ بيكسل ، وقدمت صحيفة اليو أس آيه جداول
عرضها ٨٥ بيكسل ، أما النيويورك تايمز فقد قدمت جداول أصغر من ذلك بكثير .

(أ) الفراغات بين الخلايا:

يتم التحكم في الفراغ في الصفحة عن طريق التحكم في الفراغ داخل أو بين خلايا
الجدول ؛ وثمة تقنيتين ترتبطان بفراغ الخلايا :

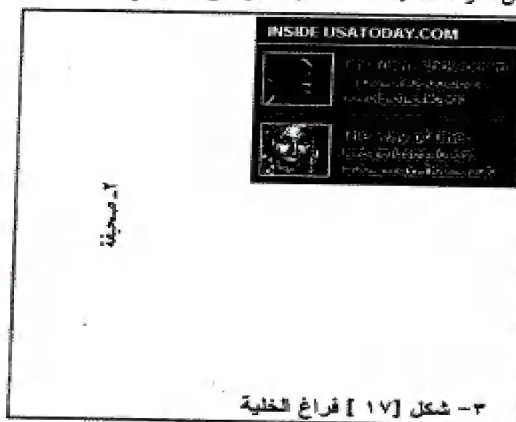
❖ الأولى: هو الخلية [Cellpadding] :

والمقصود بمحو الخلية : المسافة الفاصلة بين الخلية والخلية المجاورة ، وقد
استخدمت صحيفة الأهرام هذا النوع لإضافة فراغ بين عناوينها الرئيسية ونصوصها
مقداره ١٠ بيكسل ، كما استخدمت هذه النوع لعمل فراغات بين شعار الصحيفة ،
والصف الموجد أسفلها والذي يحتوي علي عدد الصحيفة وتاريخ صدورها مقداره ٤
بيكسل ، أما صحيفة الجمهورية فقد استخدمته في وضع فراغ قدره ٣ بيكسل بين
استفتائها الذي يحمل اسم من يفوز بالدور ، وأرشيفها ، وتسجيل البريد الإلكتروني
لتسليم الأخبار ، أما صحيفة النيويورك تايمز فقد استخدمته في تقديم فراغ قدره ٢
بيكسل لتقديم الطقس ولم يأخذ هذا النوع صفة الاستمرارية ، ولكنه كان يظهر في
عدد ويتغيب في كثير من الأعداد لدرجة يمكن معها القول إن صحيفة النيويورك تايمز

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
لم تعمل على استخدام هذا النوع كثيراً، أما صحيفة اليو أس آيه توداي فلم تستخدم
هذا النوع مطلقاً على مدار كل أعدادها .

❖ **الثالثة: فراغ الخلية [Cellspacing]:**

المقصود به إضافة مسافات بين حدود الخلايا وحدود الجدول ، ولم تستخدم
صحف الدراسة هذا النوع من الفراغات فيما عدا صحيفة اليو أس آيه توداي



فقد استخدمت
الصحيفة لتضيف فراغاً
مقداره ٦ بيكسل للعمود
الموجود أعلى الركن الأيمن
والذي يحمل اسم
[] وذلك
لفصل بين الصورتين
الصغيرتين والنصين
الموازيين لهما، وهذا ما
يوضحه الشكل المجاور .

٣- شكل [١٧] فراغ الخلية

كما استخدمت الصحيفة هذا النوع لتضيف فراغاً قدره خمسة بيكسل بين الصور
وبداية الخلية في الصور الثلاث التالية ، وقد استخدمت هذين النوعين بشكل ثابت في
كل أعدادها بدون استثناء .



شكل [١٨] يوضح فراغ الخلية في صحيفة اليو أس آيه توداي

إخراج الصحف الإلكترونية

ويشيد هذا النوع من الفراغ في ترك مسافات بيضاء بين بداية الموضوع والموضوع المجاور له ، كما يفيد هذا الفراغ في إراحة بصر القارئ الذي يواجه بكتل نصية وكتل جرافيكية ، وتعد هذه الفراغات بمثابة متنفس بصري .

(ب) الإطارات (Frames):

علي الرغم من استخدام نفس المصطلح في الصحافة الورقية إلا أن ثمة فرقاً بين هذا المصطلح وذاك^(*) ، فالإطارات في الصحافة الورقية تعرف بأنها سباج ذو أربعة أضلاع يحيط بالمادة المطبوعة سواء أكانت متناً أم صوراً أم إعلانات ، وقد يمتد هذا السباج باتساع عمود أو أكثر لفصل المواد التي بداخله عن سائر مواد الصفحة^(**) .

بيد أنها في الصحافة الإلكترونية تختلف عن ذلك ، فبيئة الإطارات تسمح لجزء من مستعرض الإنترنت أن يظل في وضع ثابت بدون تغير ، ويتم ذلك عن طريق تركيب صفحتين (إطارين) أو أكثر من صفحات لغة [HTML] في صفحة واحدة ، والسماح لهم بالظهور مرة واحدة^(*) .

تتميز بيئة الإطارات بأنها تحافظ علي موقع الصحيفة مهما أبحر المستخدم في صفحات خارجية عن موقع الصحيفة ، كما تتميز هذه البيئة في أنها تحافظ علي فهرس الصحيفة (تبويبها) ؛ سواء أبحر المستخدم داخل الصحيفة أو أبحر داخل مواقع أخرى بخلاف موقع الصحيفة ، كما تعتبر مجموعة الإطارات [Frameset] من المواصفات ذات القوائد الكبيرة لصفحات الويب ، حيث تسمح بمعرض عدد من الصفحات المختلفة في واجهة واحدة⁽²⁾ .

(*) كما أن هناك اختلافاً في المصطلح الإنجليزي المستخدم للجداول بين الصحافة الورقية والإلكترونية هنا أيضاً اختلاف بين المصطلح المستخدم للدلالة علي الإطار في الصحافة الورقية عن نظيرتها الإلكترونية ، فالصحافة الورقية تستخدم مصطلح [Box] للدلالة علي الإطار ، أما الصحافة الإلكترونية فهي تستخدم مصطلح [Frame] للدلالة علي الإطار الذي يحيط بالصورة أو بالموضوعات .

(**) أشرف محمود صالح (١٩٨٣) دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والمساء والثر الطباعة المساء في تطوير الإخراج الصحفي : دراسة تطبيقية لصحف دار التعاون ، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ص ٥١٥ .

(*) Heaven's Magic Web Design (2000) what's The Difference Between "frame" and "Frameless" Web Page? Available online [URL]
<http://www.heavensmagicwebdesign.com/home/know/know.htm>

(2) منابر نت (٢٠٠٢) تعلم استخدام الإنترنت : الأخطاء العشرة الأكثر انتشاراً في تصميم صفحات الويب Available online [URL] <http://www.manayr.net/ten.htm>

إلا أن لاستخدام الإطارات عدداً من السلبيات غير المتوقعة، فمازال العديد من مستخدمي الإنترنت يستخدمون متصفحات لا تدعم الإطارات، وتظهر هذه المتصفحات الصفحات المشتملة على إطارات بشكل غير سليم، لذا يتصح دوماً، بوضع صفحة بديلة، لا تتضمن إطارات في المواقع المصممة اعتماداً على الإطارات، ووضع وصلة تشعيرية ترتبط بها في صفحة الإطارات، ينقر عليها المستخدم إذا لم تظهر صفحة الإطارات بشكل سليم. ومن السلبيات الأخرى لاستخدام الإطارات، وجود احتمال أن يكتفي المستخدم بزيارة الصفحات الموجودة ضمن إطار واحد فقط من الإطارات التي تظهر في الواجهة، وينسى الصفحات الموجودة ضمن الإطارات الأخرى، ويتصح لذلك، بوضع وصلة إلى الصفحة الرئيسية التي تحتوي على مجموعة الإطارات [Frameset] في كل واحدة من صفحات الموقع.

لقد وجد المحللون في معمل [FSC Internet/SecureXpert] المستول من أمن بيانات الإنترنت أن الإطارات بها ثغوب أمنية يمكن اختراقها من قبل المهاجمين، مما يفضي إلي تخريب هذه المواقع التي تحتوي علي إطارات (*) .

كما أن مصممي وغيره الإنترنت أجمعوا أن الإطارات التي تقسم الصفحة تعد غير عملية؛ فعادة لا تظهر عنوان الصفحة التي تعرضها، كما أنها تصعب عملية الإبحار [Navigation]؛ لأن هنالك أحد الإطارات المكونة للصفحة يظل ثابتاً وبقيّة الإطارات متغيرة (*) .

وبصفة عامة، فإن مستخدمي الإنترنت لا يفضلون صفحات الويب التي تحتوي علي إطارات؛ فقد كشف تقرير [WebWeek:1996] عقب إجراء دراسة علي مستخدمي الإنترنت أن ٩٠٪ منهم لا يفضلون الصفحات التي تحتوي علي إطارات، وقد دعم هذا التقرير بدراسة غير رسمية أجراها موقع [ATW's sister site] حيث رأت هذه الدراسة أيضاً أن هنالك نسبة ٩٠٪ من مستخدمي الإنترنت يتحفظون علي استخدام الإطارات في صفحة الويب (*) .

(*) Terry Sullivan (1998) Introducing Internet Security, available online [URL] <http://www.pantos.org/atw/35547.html>

(†) Terry Sullivan (1998) Frames Redux, available online [URL] <http://www.pantos.org/atw/35617.html>

(‡) Terry Sullivan (1998) To Frames, Or Not To Frames? , Available online [URL] <http://www.pantos.org/atw/35295.html>

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

وقد دعمت نتائج الدراسة الميدانية نتائج الدراسات السابقة بهذا الشأن؛ فقد اتفق المحكمون بنسبة ١٠٠٪ على عدم جدوى استخدام الإطارات في تقسيم الصفحة؛ لأن الإطارات تجعل المستخدم يبذل مجهود إضافي في تحريك الصفحات من ناحية، وتقلل من سهولة ويسر حركته داخل موقع الصحيفة من ناحية أخرى.

٢) الخطوط (Lines):

قد ورثت الصحافة الإلكترونية أشكال الخط المختلفة من الصحافة الورقية؛ وعليه تستخدم الصحف نوعين من الخطوط كقواصل هي:

❖ الخطوط الأفقية:

تستخدم الخطوط الأفقية لجعل القارئ يقرأ من الخلف إلى الأمام، وقد استخدم هذا الخط في الصحف الورقية بعد الحرب العالمية الثانية؛ حيث عدّ تغيراً مذهلاً في شكل الصحف آنذاك، وهو مازال السمة المميزة لكثير من الصحف الورقية اليوم^(*).

أما الصحف الإلكترونية فقد أفادت من لغة [HTML] في تقديم خطوط أفقية يستطيع المخرج أن يتحكم في عرضها وسمكها ولونها؛ فيمكن أن يجعلها بعرض الصفحة بكاملها، ويمكن أن يجعل عرضها ١٠ بيكسل فقط، وبنفس الطريقة يمكن أن يتحكم في سمكها، فيمكن أن يكون الخط سميكاً أو نحيفاً حسبما يريد المخرج، ويمكن تلوينه بأي لون يراه المخرج مناسباً وفقاً للمادة المراد فصلها، ووفقاً لما يريد أن يحدثه من تأثيرات سيكولوجية.

يتميز هذا النوع بأنه يمكن التحكم فيه حسبما يريد المخرج، ويتميز أيضاً بصغر حجمه؛ فهو لا يشغل مساحة كبيرة سوى الكود المكتوب به، على العكس من القواصل الأخرى التي تأخذ مساحة كبيرة مما ينجم عنه بطء تحميل الصفحة، غير أن ما يسيب الخطوط الأفقية بصفة عامة شكلها الهندسي الذي لا يقدم ميزة جمالية في معظم الأحيان.

على الرغم من مميزات الخط الأفقي المصنوع من لغة [HTML]، إلا أن بعض صحف الدراسة أسرفت في استخدام الخطوط الأفقية المصنوعة من الصور للفصل بين موادها الأفقية.

(*) Integrated Publishing (2003) Newspaper Makeup, available online [URL] <http://www.tpub.com/journalist/72.htm>

إخراج الصفح الإلكترونية

الطلب الأول

كما تباينت صحف الدراسة في استخدام كلا النوعين ، فلم تستخدم صحيفة الأهرام كلا النوعين في فصل موادها ، أما صحيفة الجمهورية فقد استخدمت كلا النوعين ؛ فقد استخدمت الخطوط الأفقية المصنوعة من لغة (Html) في فصل العناوين للمجمعة الموجودة علي عمود (أقرأ اليوم) ، وقد استخدمت الصحيفة هذا الخط بشكل مبسط ، وهو ما يوضحه الكود التالي : `<HR width="98%">` وهذا يعني أن عرض الخط ٩٠٪ من قيمة العمود المدرج به ، أما بالنسبة للون الفاصل (الخط) ؛ فقد تركته الصحيفة للمستعرض الذي يحدد لونه الافتراضي وهو اللون الرمادي القاتم ، أما الخطوط الأفقية المصنوعة من الصور فقد استخدمتها صحيفة الجمهورية في فصل الأخبار الرئيسية في صفحة بدتها بعرض قدره ٣٧٥ بيكسل .

أما صحيفة النيويورك تايمز فلم تستخدم الخطوط المصنوعة بواسطة لغة [Html] ، لكنها استخدمت بدلا منها الخطوط المصنوعة من الصور ، فقد استخدمت خطين : الخط الأول : عرضه ٤٦٨ بيكسل - ذو لون رمادي - استخدمته للفصل بين شعار الصحيفة وتحديث الصحيفة ، واستخدمته أيضا في الفصل بين التحديث وأرشيف الصحيفة .



شكل [١٩] الخطوط الأفقية في الصحيفة نيويورك تايمز

أما الخط الثاني : عرضه ٢٧٤ بيكسل - ذو لون رمادي - فقد استخدمته الصحيفة في الفصل بين العمودين المتدجين بشكل أفقي في نهاية الصفحة ، وهو ما يوضحه الشكل المجاور ، ويعد هذان الخطان الوحيدان اللذان استخدمتهما الصحيفة .

لم تستخدم صحيفة اليو أس آيه توداي الخطوط الأفقية المصنوعة من لغة [HTML] ، ولكن استخدمت عوضا عنها الخطوط المصنوعة من الصور ، غير أنها اختلفت عن نظيرتها الأمريكية في أنها استخدمت الصور الصغيرة التي لا تتعدي مساحتها واحد بيكسل مربع ، ثم تقوم بتكبيرها علي المحورين الرأسي والأفقي مثلما

تريد ، وهو ما يوضحه الكود التالي :

❖ الخط الرأسى:

تستخدم الخطوط الرأسية لجعل القارئ يطالع الصفحة من أعلي إلي أسفل ، وهذا الخط كان مميذا لإخراج الصحف الأمريكية الورقية في بداياتها ، ومازال يستخدم حتى الآن في عدد محدود من الصحف .

علي الرغم من أهمية الخطوط الرأسية في فصل المواد المتجاورة بشكل أفقي ، إلا أن لغة [HTML] لم تدعم هذا النوع من الفواصل ، وهذا يعني أن المصمم يجب أن يلجأ إلي وضع فواصل جرافيكية كالصور لتعويض هذا الخط إذا ما أراد أن يفصل مواد الصحيفة الرأسية عن بعضها البعض ، أو يضطر إلي استخدام الجداول .

ولقد تباينت صحف الدراسة في اعتمادها علي الخطوط الرأسية وفقا لنوعية إخراج الصحيفة ؛ فنظرا لان صحيفة الأهرام تبني الإخراج الأفقي ، فلم تستخدم الخطوط الرأسية مطلقا لفصل موادها ، أما بقية صحف الدراسة فقد تباينت في استخدام تلك الخطوط ؛ فقد استخدمت صحيفة الجمهورية خطوط الصور في تكوين عمود أقرأ اليوم .

أما صحيفة النيويورك تايمز فقد عولت عليه كثيرا في فصل موادها الرأسية بصورة كبيرة ، بينما استخدمتها صحيفة اليو أس آيه توداي بشكل متوسط ، واختلقت كل صحيفة في كيفية وضع صور خطوطها كفواصل جرافيكية ، فقد اعتمدت كل من الجمهورية واليو أس آيه توداي علي تقديم صورة صغيرة مساحتها بيكسل مربع ثم تحدد مساحة تلك الصور من خلال لغة البرمجة فهي تستخدم الكود التالي

أما صحيفة النيويورك تايمز فهي تعتمد علي الصور الرأسية الطويلة التي تمتد طولها إلي ٤٦ بيكسل كحد أدنى ، ثم تتحكم بعد ذلك في طولها بالبيكسل حسبما تريد في لغة البرمجة .

ثانياً: الفواصل الجمالية:

يقصد بالفواصل الجمالية الفواصل التي تضيف إلي صفحة الويب مسحة جمالية

إخراج الصحف الإلكترونية **الهدف الأول**
أكثر من كونها أداة فصل تنظيمية ، وهذه الفواصل هي : الأيقونات ، والصور ،
والمناوين ، والأرضيات ، فهذه الفواصل تؤدي وظيفة بنائية أخرى خلاف كونها أداة
فصل فهي تسهم في نقل المضمون إلي مستخدم الويب فضلا عن كونها أداة فصل ،
ونعرض فيما يلي لكيفية توفيق الصحف بين الوظيفة الجمالية لهذه العناصر ووظيفة
فصلها للمضمون المرئي وهم الفواصل هي :

(أ) الأيقونات^(*)

يقصد بالأيقونات الصور الصغيرة التي تحمل دلالة معينة ، حاوية مجموعة من
العناوين أو النصوص بداخلها أو كلاهما .

تتميز الأيقونات كأدوات فصل بأنها تضفي إلي الصفحة نوعا من الحيوية
والجاذبية ، بيد أنه يعيبها أنها تأخذ حجما كبيرا مما يعيق تحميل الصفحة بسرعة ،
ونعرض فيما يلي لكيفية استخدامها في صحف الدراسة :

استخدمت صحيفة الأهرام الأيقونات في تقديم أبوابها الثابتة ، وتقديم إعلانات
صحف مؤسسة الأهرام الصادرة عبر الأسبوع مثل : إعلاناتها عن صدور الأهرام
الاقتصادي ، والأهرام العربي ، وعلاء الدين ، كما استخدمت الأيقونات في تقديم
أسماء إصدارات الأهرام ، وتندرج هذه الأيقونات بين الثبات والتغير من عدد إلي
آخر ، وهذه الأيقونات يغلب عليها الجانب الجمالي علي كونها أيقونات فصل .

كما تستخدم صحيفة الأهرام الأيقونات في تقديم موضوعين إخباريين رئيسيين
هما : العالم هذا الصباح ، وفي الأهرام اليوم وهو ما يوضحه الشكل التالي :

(*) نرجع جذور كلمة أيقونة [Icon] إلي اللغة اليونانية [Eikon] ، وتعني ثنية أو الصورة أو التمثال ،
وتشير هذه الكلمة في الديانة المسيحية إلي الصورة المقدسة أو الطاهرة ، ثم تطور المعنى الدلالي لهذه
الكلمة إلي أن أصبح يحمل معنى العلامة البارزة [Sign] ، واستخدمت أنظمة النوافذ لتشير به إلي
الصور الموجودة علي سطح المكتب [Desktop] التي تفتح الملفات أو البرامج ، أما بالنسبة لصفحات
الويب فيقصد بها الصورة الصغيرة .

See: Moritz Neumueller WU-Wien (2002) Glossary, available online [URL]
http://sammlpunkt.philo.at:8080/archive/00000023/01/HTML_Version/text/node83.html



شكل [٢٠] أيقونات صحيفة الأهرام الإخبارية

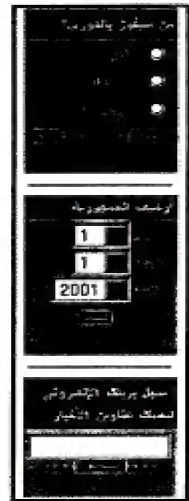
وهذان الموضوعان قد يأتيان مع بعضهما ، وقد تقدم الصحيفة لأحدهما وتلقي الآخر حسب ورود الأنباء إليها .

أما صحيفة الجمهورية فتستخدم الأيقونات في تقديم إصدارات دار التحرير اليومية والأسبوعية والشهرية وملاحقها بشكل ثابت ، وهذه الأيقونات مثلها مثل أيقونات الأهرام يغلب عليها الطابع الجمالي علي حساب كونها أدوات فصل ، أما الأيقونات التي تعد أدوات فصل فهي الأيقونات التي تحوي بداخلها مجموعة من العناوين مثل عمود أقرأ اليوم (شكل أ) ، وهناك أيضا أيقونات فصل تحوي بداخلها موضوع واحد مثل : من يفوز بالدوري ، وأرشيف الجمهورية (شكل ب) .

الشكل الحادي (أ) الأيقونات للفصل بين العناوين



الشكل الحادي (ب) الأيقونات عناصر الموضوع الواحد



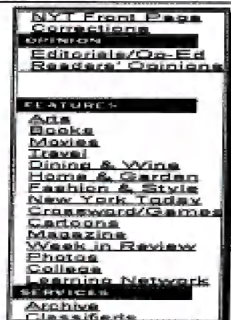
أيقونات الفصل في جريدة الجمهورية شكل [٢١]

استخدمت صحيفة النيويورك تايمز الأيقونات كقواصل بين أبواب الموضوعات المختلفة ؛ ويتضح ذلك بجملاء في العمودين الأيمن والأيسر من الصحيفة ، وتتم الأيقونات الموجودة في العمود الأيسر بالثبات من عدد إلى آخر ، أو من تحديث إلى آخر ، وهي التي يقدمها شكل (أ) ، أما الأيقونات الموجودة في العمود الأيمن فهي تتأرجح بين التغير والثبات من عدد إلى آخر وهي التي يقدمها شكل (ب) .

الصورة الأولى في صفحة النيويورك تايمز شكل [أ]



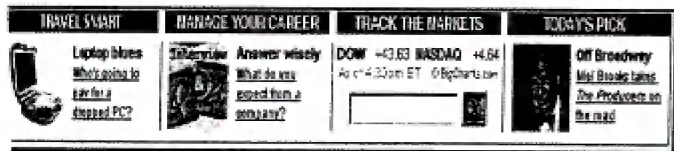
الصورة الأولى في صفحة النيويورك تايمز شكل [ب]



استخدام الأيقونات كقوالب في النيويورك تايمز شكل [٢٢]
في حين استخدمت صحيفة اليو أس آيه توداي الأيقونات لتحقيق الفصل الأفقي
والرأسي بين موضوعاتها كما يلي :

استخدام الأيقونات كقوالب الفنية:

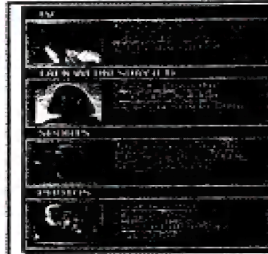
استخدمت صحيفة اليو أس آيه توداي الأيقونات للفصل الأفقي بين المواد ك
يوضحه الشكل التالي ، ويتميز الفصل الأفقي بإمكانية إعادة تنظيم الصفحة من
أخرى من زاوية ، وكسر رتبة النظام الإخراجي من زاوية أخرى .



الفصل الأفقي في صحيفة اليو أس آيه توداي، شكل [٢٣]

استخدام الأيقونات كفواصل
رأسية :

يقصد بالفصل الرأسي استخدام الأيقونات بشكل رأسي لفصل الموضوعات ذات الترتيب الرأسي في الصفحة ، ويفيد هذا النوع في إمكانية طرح موضوعات أخرى موزاة لها بشكل أفقي ليضيف النوع بين الشكل الأفقي والرأسي في الصفحة .



استخدام الأيقونات في الفصل الرأسي في صحيفة اليوم
أس أبه توداي شكل (٢٤)

(ب) العناوين :

تُعد العناوين من وسائل الفصل المهمة التي تستوقف حركة عين القارئ أثناء حركتها عبر النص مدركة أن هناك تغيراً في الصفحة نجم عن تغير الحجم الذي تقرأ به العين النص الذي أمامها ، وتتميز فواصل العناوين بأنها فواصل من نفس نوع المتن مشعرة القارئ بأن هناك نوعاً من الألفة في القراءة .

تستخدم الصحف العناوين كأدوات فصل تقليدية ترمي من ورائها في المقام الأول تقديم المضمون ، وفي المقام الثاني تستخدمها كأداة فصل جمالية تسهم في قتل كآبة المتن المترامي علي جانبي الصفحة من خلال الفراغات المحيطة بالعنوان .

تستخدم صحيفة النيويورك تايمز العناوين للفصل بين موادها الرأسية مستعينة في تحقيق ذلك بالتيابن بين العناوين كبيرة الحجم والمتن صغير الحجم ومستغلة الفراغات بين العنوان والمتن لتحقيق اتسابية حركة العين .

أفادت صحف الدراسة جميعها من العناوين كأداة فصل جمالية في تقديم موادها الإعلامية ، غير أن صحف الدراسة قد تباينت في الإفادة من العناوين كوسائل فصل ، فقد استخدمتها صحيفة الأهرام بشكل غير جوهري إذ استخدمت معها الأرضيات اللونية مما جعل استخدامها كوسائل فصل قليل القيمة .

إخراج الصحف الإلكترونية

وبنفس الطريقة فقد استخدمت صحيفة الجمهورية العناوين بشكل غير جوهري في فصل المواد الإعلامية مستخدمة الخطوط الأفقية للفصل بين هذه المواد، فضلا عن الإعلانات المقدمة بطريقة الفلاش [Flash].

أما صحيفة النيويورك تايمز فقد استخدمت الألوان للفصل بين العناوين الرئيسية للأبواب والعناوين الفرعية؛ فالصحيفة تستخدم اللون الأحمر القاني كعنوان رئيسي للأبواب وتستخدم اللون الأزرق الداكن لتمييزه العناوين الفرعية ومن خلال هذا التباين بين اللونين تدرك العين أن ثمة اختلافاً علي الصفحة مما يجعلها تدرك أن هذين العناوين منفصلان.

الفصل بين العناوين واللحن شكل [٢١]

<p>* Details of Shish-Kari Victory Are Unclear</p> <p>Appeals Court Upholds Lockerbie Conviction</p> <p>By THE ASSOCIATED PRESS</p> <p>A Scottish appeals court unanimously upheld the conviction of a Libyan intelligence agent today for the 1988 bombing of Pan Am flight 103, which killed 270 people.</p> <p>Anderson Is Said to Rule Out Plea</p> <p>By KURT SCHENKHALD</p> <p>Senior Arthur Anderson executives were said to have decided that the firm would refuse to plead guilty to charges of obstruction of justice in the Enron case.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Audit Firms Awest Follies and Wrecked * Hailed Enron on Scene of Auditing Failure * A Head for Clearer Accounting Rules 	<p>INTERNATIONAL</p> <p>Cheney Promises Yemen More U.S. Aid</p> <p>N.Y. REGION</p> <p>As Security Rises, Dioceses Reassess Policies on Abuse</p> <p>TECHNOLOGY</p> <p>Piracy, or Innovation? It's Hollywood vs. High Tech</p> <p>OP-ED COLUMNISTS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Saffire: Me and My Shadow * Herbert: Marking One Decade <p>MORE HEADLINES</p>
---	--

الفصل بين العناوين في صحيفة النيويورك تايمز شكل [٢٢]

وتشابه صحيفة البو أس آيه توداي مع صحيفة النيويورك تايمز في استخدامها للتباين بين العناوين كبيرة الحجم والمتن صغير الحجم للفصل بين الموضوعات، غير أنها تختلف معها في عدم تمييز أبوابها الرئيسية والموضوعات المتضمنة فيها؛ فصحيفة البو أس آيه توداي تستخدم درجة اللون الرمادي لتقديم أبوابها وهو تباين ضعيف جدا وكان يجدر بها أن تستخدم لونا متباينا كاللون الأحمر مثلا للفصل بين عناوين الأبواب والعناوين الداخلية.

(ج) الخلفيات كأدوات فصل:

يستغل المخرج عادة التباين بين الألوان في خلق كيانات متفصلة علي صفحة

استخدام الألوان للفصل بين عناوين الأبواب الرئيسية والفرعية شكل [٢١]

إخراج الصحف الإلكترونية قلب الأول

السويب، مستغلا تمييز حين القارئ لأي تغير يحدث في الألوان علي الصفحة، وهذا التغير يمثل بالنسبة للقارئ نقطة توقف يعقبها إدراك عقلي بأن الموضوع الذي يطالعه قد أنتهي وثمة موضوع آخر قد بدأ.

علي الرغم من جمال وجاذبية الخلفيات اللونية كأداة فصل إلا أنه يعيها أنها تشتت تركيز وانتباه القارئ، فنظرا لاحتواء الخلفيات اللونية علي طاقة جذب عالية فأنها تشد بصر القارئ إليها، ويزيد من هذه المشكلة تهاور لونين أحدهما ذو طول موجي عال، والآخر ذو طول موجي منخفض، مما يتجمعه من مد وجذر بين اللونين مسببا إجهاد حصلة العين، وبالتالي تشتت انتباه وتركيز القارئ.

وعليه ينصح بعدم الإسراف في استخدام تلك الخلفيات إلا في أضيق الحدود، أو لفرض تصميمي يريد من ورائه المخرج أن يحدث تأثيرات سيكولوجية لدي القارئ، أو يريد أن يؤكد علي قيمة معينة لدي القارئ تنطبق مع غرض الرسالة الإعلامية.

لم تستخدم صحف الدراسة الخلفيات اللونية كأداة فصل باستثناء صحيفة الأهرام التي استخدمت تلك الخلفيات في الفصل غير الموضوعي وغير المبرر بين العناوين والمقالات واضحة اللون الأصفر الفاتح كخلفية للعناوين واللون الأزرق الفاتح كخلفية للمقالات، وقد تم استهجان هذا الإجراء في فصل الألوان لما في اللونين من تعارض بصري.

(4) الصور كألوان فعل

لقد ورثت الصحافة الإلكترونية استخدام الصور والرسوم كفواصل من الصحافة الورقية، وذلك يجعل هذه الصور متجهة إلي الموضوع الخاص بها لتجمل بصر القارئ متجهة إلي الموضوع من زاوية، كما أن هذه الصور والرسوم تمثل كتلة جرافيكية تمنع بصر القارئ من مفارقة الموضوع من زاوية أخرى.

هلاوة علي ما سبق، فإن المعلومات الدلالية التي تحتوي عليها الصورة تجعل للمشاهد يربط الصورة بصريا بالموضوع الذي يطالعه، فعلي سبيل المثال عندما يكون الموضوع الذي يطالعه القارئ رياضيا فإنه يدرك أن الصورة المصاحبة له ترتبط بالجمال الرياضي الذي يختلف عن الموضوع المجاور له الذي يتناول حدثا سياسيا.

لم تستخدم كل من صحيفتي الأهرام والجمهورية الصور في فصل موضوعاتها؛

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

لأنها تقدم موضوعاتها بشكل رأسي لا يسمح بتجاور الموضوعات بطريقة أفقية، أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس إيه توداي^١ فإنهما يقدمان موضوعاتهما بشكل أفقي لذا فهما يستخدمان الصور كفواصل بين الموضوعات المتجاورة علي المحورين الرأسي والأفقي.

تقديم:

ليس هنالك فصل دقيق بين الفواصل الجمالية، والفواصل التنظيمية، فكلاهما يستخدم بالتسجيم وتداخل مع الآخر، ولكن التفرقة بينهما ترجع لغرض البحث والدراسة فقط.

لم يعمل الباحث علي الاستبيان الإلكتروني في رصد أهمية وسائل الفصل، لأن استخدام هذه الوسائل يخضع لرؤية المخرج الصحفي، كما أن عملية اختيار هذه الوسائل ليست ميكانيكية، ولكنها تخضع للمتطلبات الجمالية والتفعية والبصرية، علاوة علي ذلك، فهناك وسائل فصل غير مرئية للمستخدم مثل الجداول مما يصعب معه قياس تفضيل المحكمين لها من عدمه.

لقد تباينت صحف الدراسة في طريقة استخدامها للفواصل التنظيمية والجمالية وفقا لرؤيتها الإخراجية، فقد أسرفت صحيفتا الأهرام والجمهورية في استخدامها للفواصل الجمالية من نوعية الأيقونات بصورة مبالغ فيها حرصا منهما علي إبراز القيمة الجمالية، في الوقت الذي أكثرت الصحف الأمريكية من استخدام العناوين كفواصل بين موادها محققة بذلك الفصل الجمالي بين الموضوعات من زاوية والإفادة التفعية من زاوية أخرى، أما استخدام الفواصل التنظيمية فقد أفادت منه صحف الدراسة الأربع بشكل جيد.

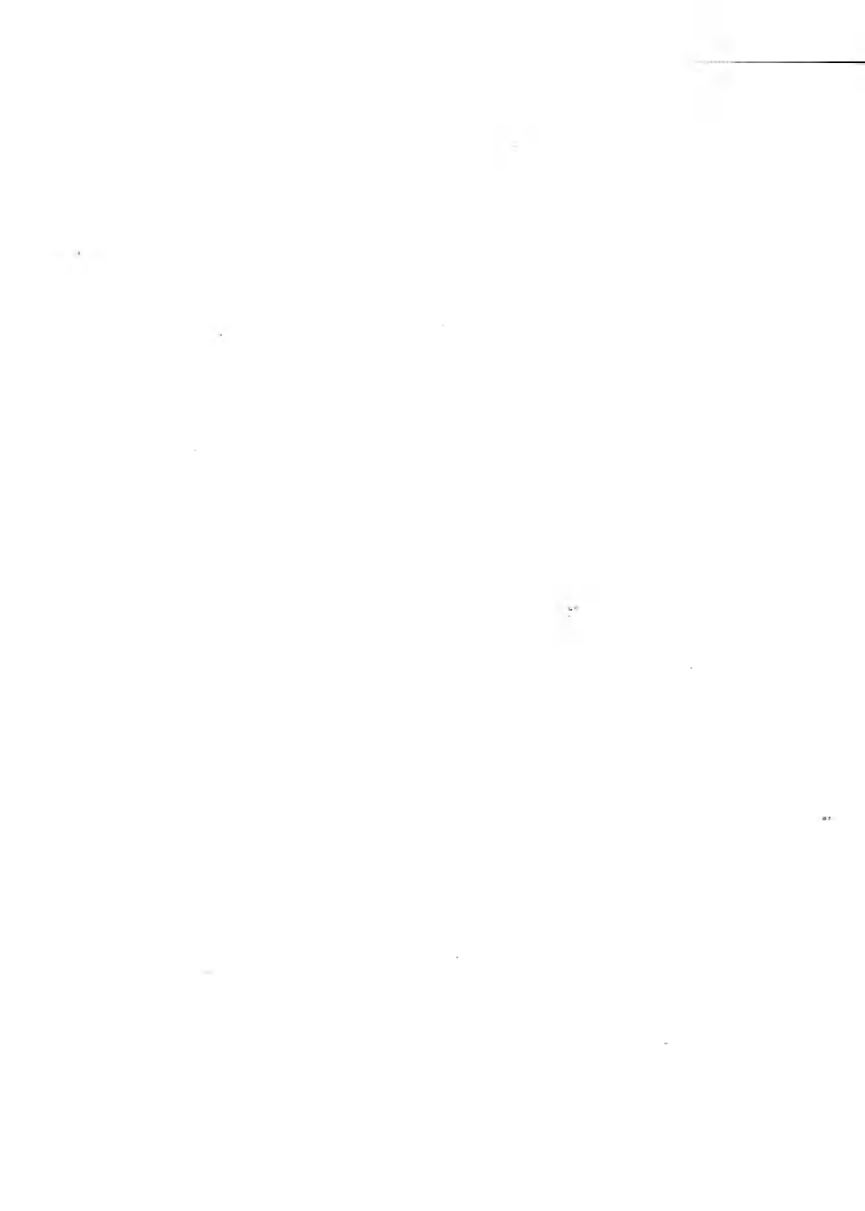


الفصل الثالث: العناصر البنائية التفاعلية

المبحث الأول: التفاعلية (مفهومها وأبعادها ومستوياتها)

المبحث الثاني: العناصر البنائية التفاعلية

المبحث الثالث: مقياس التفاعلية



الفصل الثالث

العناصر البنائية التفاعلية

تباري منظرو وسائل الإعلام في الحديث عن الاتصال متعدد الاتجاهات مقابل الاتصال ذي الاتجاه الواحد؛ فقد نظروا إلى الإنترنت بوصفها تدعم الاتصال متعدد الاتجاهات المتمثل في التفاعلية التي تمنح المستخدم حرية اختيار المعلومات والمشاركة في إنتاجها حسب رؤيته وخبرته وميوله، فهو ليس هدفًا سلبيًا لتلقي المعلومات التي تقدمها الإنترنت، علي العكس من وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة والراديو والتلفزيون).

لهذا فإن هذا القسم من الدراسة يتطرق إلى مفهوم التفاعلية وأبعادها في البحث الأول طارحاً التعريفات المتباينة للتفاعلية وأبعادها المختلفة من وجهة نظر المدارس المختلفة للتفاعلية (الاجتماعية، والنفسية والتكنولوجية والإعلامية) فقد تم طرح هذا المبحث لقللة الدراسات العربية من ناحية وإفراطها في الحديث عن التزمانية مترادفة للتفاعلية، علي الرغم من أن التزمانية تعد بعداً من أبعاد التفاعلية ليس إلا، كما يطرح هذا المبحث بعض أبعاد العملية التفاعلية من المناظير الإعلامية المختلفة، ويناقش هذا المبحث أيضاً مستويات التفاعلية المختلفة.

بينما يناقش المبحث الثاني عناصر العملية التفاعلية التي تم تقسيمها إلى تفاعلية تواصلية تفيد منها الصحف الإلكترونية في تحقيق التواصل مع المستخدمين والتعايش معهم في الحدث، كما يتناول هذا المبحث التفاعلية المعلوماتية التي تسهم في إمداد المستخدم بما يريد من معلومات وفقاً لاختياره الحر من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية، وتشتمل التفاعلية المعلوماتية علي: الأرشفة [Archiving] وخريطة الموقع [Site Map] ومحركات البحث [Search Engine].

أما المبحث الثالث والأخير من هذا الفصل فإنه يتناول مقياس التفاعلية من خلال مقياس كاري هير للفاعلية وتطبيقه علي صحف الدراسة مع إجراء بعض التعديلات والإضافات إليه لكي يتواءم مع المستحدثات التكنولوجية من زاوية، والإخراج الإلكتروني من زاوية أخرى.



المبحث الأول

التفاعلية : مفهومها وأبعادها ومستوياتها

إن استخدام الكمبيوتر كوسيط اتصالي بين المرسل والمستقبل أضاف إلى نظريات الإعلام بعداً جديداً في تعاملها مع المستقبل المتمثل في التفاعلية ؛ فكل وسائل الإعلام التقليدية (الكتب والصحافة والسينما والإذاعة والتلفزيون . . . الخ) استمدت قوتها وسيطرتها من كونها وسائل اتصال ذات اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل ؛ فقد وصف النشر التقليدي بأنه ذو اتجاه واحد [one-way process] وهو تزويد الجمهور بالمضمون ؛ فهذه الوسائل تنتج رسائلها الإعلامية بمشي عن الجمهور^(*) . بيد أن التفاعلية عبر الإنترنت أعادت تعريف العلاقة بين المستخدم ومنتج المادة الإعلامية (المحرر والكاتب والمخرج والمصمم . . . الخ) ؛ فمنتج المادة الإعلامية حظي بفرصة إبتعاده عن تقديم المادة الإعلامية إلى درجة مناقشة المضمون مع الجمهور^(*) .

فوسائل الإعلام التقليدية لا تستطيع أن تقدم للمستقبل إلا نطاقاً ضيقاً من التفاعلية ؛ وهذا ما دعا مارشال ماكلوهن إلى القول بأن وسائل الإعلام التقليدية تُعد وسائل ساخنة Hot Media في مقابل الكمبيوتر كوسيلة باردة Cool Media ، في حين أن استخدام الكمبيوتر كوسيط اتصالي يملكه كل من المرسل والمستقبل أعاد التوازن لصالح المستقبل الذي بات من خلال العناصر التفاعلية التي يقدمها الكمبيوتر قادراً على التخاطب مع الآخرين والتحاور معهم حول الموضوعات التي تقدمها الإنترنت من خلال اختياره الحر لمضمونها .

بيد أن مفهوم التفاعلية من المفاهيم التي اختلف حولها أصحاب التخصص الواحد ؛ مما جعل وضع تعريف شامل لها يمثل إشكالية ، وتزايدت هذه الإشكالية هو عند طرح أصحاب كل تخصص أبعاده .

(*) Tanjev Schultz (Tue, 1 Dec 1998) "Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums and Reader E-Mail" Paper for AEJMC Convention Aug. 5-8, 1998, Baltimore (MD) Communication Technology and Policy Division, available online [URL] <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9812A&L=aejmc&P=R11250>

(†) Light Ann and Rogers Yvonne (1999) 'Conversation as Publishing: the Role of News Forums on the Web', JCMC 4 (4) June 1999 available online [URL] <http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue4/light.html>

أولاً: مفهوم التفاعلية:

يرتبط مفهوم التفاعلية بالعديد من الحقول البحثية؛ فبوصفها عملية اجتماعية فهي تنتمي إلى علم الاجتماع، وبوصفها عملية اتصالية فهي ترتبط بعلم الاتصال، ونظراً لما يحيط هذه العملية الاتصالية من ظروف نفسية تتعلق بإدراك المستخدم؛ فقد نُظر إليها بأنها ذات بُعد نفسي، ولما كانت تحدث في وسط تكنولوجي؛ فهي تنتمي أيضاً لعلم التكنولوجيا؛ ونتيجة لتشعب المصطلح بين هذه العلوم رأي كل حقل بحثي من هذه الحقول المعرفية أحقته في طرح تعريف له، ولم يتفق أصحاب الحقل الواحد في تقديم تعريف متفق عليه بل طرحوا العديد من التعريفات لمفهوم التفاعلية مما جعلها من الكلمات الطنانة التي تحمل في طيها أكثر من معنى.

ولتعريف هذه الكلمة بصورة واضحة رأي الباحث ضرورة طرح الصياغات المتباينة لهذا المفهوم في الحقول المعرفية المشار إليها محاولاً استنباط أوجه الاتفاق والاختلاف بين الحقول الأربعة للخروج بتعريف يوحد بينهم طبقاً للمدخل المهيمن؛ وذلك بدمج هذه الصياغات في تعريف واحد، ونعرض فيما يلي لتعريفات التفاعلية في المدارس الأربع كما يلي:

(أ) المدرسة الاجتماعية

نظرت المدرسة الاجتماعية إلى التفاعلية من خلال ثلاثة محاور: الأول: التفاعل البشري (المستخدم مع المستخدم الآخر)؛ فقد نُظر إلى التفاعل Interaction بأنه يستلزم اتصالاً مباشراً بين المرسل والمستقبل، والثاني: التفاعل البشري مع الآلة؛ ويقصد به الاتصال البشري بين الإنسان والآلة، والاتصال غير البشري بين الآلة والإنسان، والثالث: التفاعل البشري مع الرسالة^(*).

تري المدرسة الاجتماعية أن التفاعلية تحقق الدعم الاجتماعي، والرفقة، والإحساس بالانتماء وذلك من خلال نموذج تدعيم الكمبيوتر للشبكات

(*) Dongyoung Sohn, John D. Leckenby (March 2002) "Social Dimensions of Interactive Advertising" Paper to be presented at Annual Conference of the American Academy of Advertising Jacksonville, Florida March 2002, available online [URL] Center for Interactive Advertising, <http://ciadvertising.org>

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
الاجتماعية^(*)؛ فمستخدم الإنترنت الذي يتفاعل مرراً مع الآخرين يكون شبكات اجتماعية متعددة تحقق له الدعم الاجتماعي^(*) ويتحقق ذلك الدعم من خلال تبادل المرح والمناقشة والدخول في حوار عقلي يؤدي بهم إلى اكتساب أصدقاء جدد، ويمكن أن يفقدوا هؤلاء الأصدقاء في بعض الأحيان لموقف ما من صديقه على الطرف الآخر؛ مثلما يحدث في الحياة الحقيقية، وهذا ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية virtual communities^(*).

ب) المدرسة التكنولوجية

نظرت المدرسة التكنولوجية إلى التفاعلية بوصفها خطأً حواسياً Sensory Dialog يحدث بين الجنس البشري وبرامج الكمبيوتر يتخلله فعل من جانب المستخدم يقوم من خلاله بإدخال بيانات إلى الكمبيوتر عن طريق لوحة المفاتيح أو الفأرة أو لمس الشاشة؛ ينتج عنه رد فعل من الكمبيوتر يعبر عنه بالمخرجات المسموعة أو المرئية (نص أو رسوم جرافيكية أو لقطات فيديو أو ملف صوتي أو شكل مطبوع) وتتابع الفعل ورد الفعل بين الكمبيوتر والإنسان يمثل التفاعلية^(*).

كما قدمت المدرسة التكنولوجية نموذجين للتفاعلية: الأول: خاص بتفاعلية المستخدم مع التكنولوجيا، وقد عرفت التفاعلية بين المستخدم والتكنولوجيا التفاعلية؛ بأنها مقدرة التكنولوجيا التفاعلية على مخاطبة المستخدم، فعلى سبيل

(*) يقصد بمصطلح: تدعيم الكمبيوتر للشبكات الاجتماعية CSSNs [computer-supported social networks] تكوين شبكة اجتماعية للمستخدم على غرار شبكة الكمبيوتر، وعلى الرغم من شيع هذا الرأي إلا أن بعض علماء الاجتماع يرون أن هذه الشبكة الاجتماعية تشكل نوعاً من أنواع الهروب من الواقع الفعلي للوصول إلى عالم افتراضي، كما يرون أنها تقتصر إلى المواجهة المباشرة face to face مع الآخر، غير أن ما بهمتنا هنا هو تحقيق التفاعلية سواء أكانت وهمية أم فعلية.

(*) Laura Garton, Haythornthwaite Caroline and Wellman Barry (1997). Studying Online Social Networks, Journal of Computer-Mediated Communication, 3(1), available online (URL) <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue1/garton.html>

(†) Chenault Brittney G. (May: 1998) "Developing Personal and Emotional Relationships Via Computer-Mediated Communication" Computer-Mediated Communication Magazine, may:1998 available inline (URL) <http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html>

(‡) Bonnie Skaalid (2001) Interactivity, University of Alberta, available inline (URL) <http://plaza.powersurf.com/webdesign/interactivity.htm>

إفراج الصفحة الإلكترونية الغالب الأول

المثال، عندما يدخل المستخدم علي البريد الإلكتروني يمكن أن يتضرر الكمبيوتر المستخدم أن له بريدًا إلكترونيًا ويمكنه عندئذ فحصه، وتحدث التفاعلية بين المستخدم والتكنولوجيا عندما يسيطر المستخدم علي محتويات/موشكل المواد المقدمة له .

النموذج الثاني من التفاعلية: هو التفاعلية بين المستخدمين، فعلي سبيل المثال، يمكن للمستخدمين أن يتبادلوا المعلومات بتفاعلية من خلال البريد الإلكتروني، وتتم التفاعلية عندما يرد المستخدم علي رسالة سابقة من المستخدم الآخر والعكس صحيح^(*)، كما نظرت المدرسة التكنولوجية للتفاعلية بوصفها نظامًا يهتم بتصميم البرامج وتقويم أدوات التفاعل المقدمة للمستخدم لمعرفة مدى ملاءمتها للاستخدام البشري⁽²⁾.

ج) المدرسة النفسية:

نظرت المدرسة النفسية إلي التفاعلية علي أنها متغير يقطن داخل إدراك الأفراد⁽³⁾؛ فقد ربطت المدرسة النفسية التفاعلية بمجالات النفس البشرية الأربعة وهي⁽⁵⁾:

المجال المعرفي "the Cognitive domain": ويشمل الإدراك، والذاكرة، والتفكير
المجال العاطفي "the Affective domain": ويشمل الإحساس، والمشاعر، والانطباعات.
المجال الرغباتي "the Conative domain": ويشمل الإرادة، والمزم، والتخطيط.

(*) Marcel M. Allbritton, op cit, www.arch.usyd.edu.au/~fay/netplay/marcel/three.html

(2) Carrie Heeter (2000) "Interactivity in the Context of Designed Experiences" Journal of Interactive Advertising, Volume 1, Number 1, available online [URL] www.jiad.org/vol1/no1/heeter.htm

(3) Sally J. McMillan (7 Jan 2001) "What Is Interactivity and What Does It Do?" Submitted to the Communication Technology and Policy Division Association for Education in Journalism and Mass Communication 2000 Annual Conference in Phoenix, AZ available online (URL) <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind0101A&L=aejmc&D=0&P=14961>

(5) Nicky Hayes (1998), "Psychology Of Interactivity Dimensions" paper given at the first International Congress of Science Centers, in Finland in 1996, Available online (URL) <http://www.nickyhayes.co.uk/nicky/abstracts/science.html>

إخراج الصحف الإلكترونية **الهدف الأول**
المجال السلوكي "the Behavioural domain": ويشمل الحركة، والأفعال
والعادات.

فقد رأت المدرسة النفسية أن هذه المجالات الأربعة ينتج عنها أنواع مختلفة من
الميكانيزمات يستجيبها رد فعل تجاه الشكل الموجود في التصميم لتحقيق للفرد مجموعة من
الإشباعات النفسية منها تحقيق الهوية الاجتماعية social identity من خلال حجر
الثرثرة والبريد الإلكتروني، والتقدير الإيجابي للنفس Positive regard من خلال
المشاركة الاجتماعية مع الآخرين.

المدرسة الاتصالية:

منذ تأكيد ويز (١٩٤٨) على أهمية رجوع الصدى كمعاصر أساسي في تطور نماذج
الاتصال، فقد نُظِرَ إلى التفاعلية^(*) بوصفها قناة ربط فعالة للاتصال المتبادل بين
المرسل والمستقبل^(*).

اتخذت المدرسة الإعلامية مسلكين في تعريفها للتفاعلية: الأول: ركز على
العملية الاتصالية بوصفها عملية استجابة بين المرسل والمستقبل، الثاني: ركز على
المشاركة الفعالة في تغيير شكل ومضمون المادة الاتصالية.

وقد اتخذ المسلك الأول مجموعة من الباحثين منهم روجرز (Rogers:1995) الذي
عرف التفاعلية بأنها المشاركة في العملية الاتصالية من خلال تبادل الأدوار في السيطرة
على الخطاب المشترك بين المرسل والمستقبل^(†)، في حين نظر إليها هوفمان (١٩٩٥)

(*) يبري كثير من الباحثين أن التفاعلية ولدت مع الإنترنت ولم يكن لها ذكر في الأدبيات الإعلامية؛ فهي
من وجهة نظرهم أوسع في مجالها من رجوع الصدى، في حين يرى آخرون أنها ظهرت مع رجوع
الصدى. غير أن الباحث لا يستطيع إلزام أي الرأيين أصح؛ فذلك بشكل نوعاً من الإشكالية التي
يصعب الحكم بصحتها، ولكن ما يهمنا هنا هو اختلاف التفاعلية عن رجوع الصدى؛ فالتفاعلية
الكاملة أوسع بكثير من رجوع الصدى إذ تتيح للمستخدم المقدرة في التحكم في الطرف الاتصالي الذي
تنتج فيه الرسالة الإعلامية وتمنحه حق المشاركة المتساوية في التصرف في الاتجاه الذي يريده مع منتج
المادة الإعلامية.

(*) Jung-Sook Lee Competition (7 Jan 2001) "Interactivity: A new approach" Paper
prepared for the Communication Technology & Policy Division at the AEJMC
annual conference in Phoenix, August 9-12, 2000. Available online (URL)
<http://list.insu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind0101A&L=aejmc&D=0&P=14234>

(†) Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations (4th ed) New York: Free Press.
P.314

إخراج للصحف الإلكترونية

إبراهيم الأول
(Hoffman) من ناحية مقدرة المستخدم علي استقبال وإرسال الرسائل في بيئة الاتصال الجديدة عوضاً عن النموذج التقليدي المتمثل في نقل الرسالة من واحد إلي كثيرين "one to many" ، فالشبكة هي نقل الرسالة من مجموعة إلي مجموعة "many to many" (*) .

وتأكيداً لفهم [Hoffman] ؛ فقد عرف مارسل ألبرت (Marcel Allbritton:1996) الاتصال التفاعلي بوصفه موقفاً يتصل من خلاله اثنين أو أكثر ، ويستجيب فيه كل منهما إلي الآخر ؛ ويمكن توصيفه من خلال السلوك الاتصالي التالي (*) :

١- يتمثل السلوك الاتصالي في شكل عرض أو سؤال أو طلب أو رسالة من المتصل (أ) للمتصل به (ب) .

٢- استجابة من المتصل به (ب) طبقاً لما يقوله المتصل (أ) .

٣- استجابة أو رد فعل من المتصل (ب) طبقاً لاستجابة (أ) .

ثم جاء ريفل ليؤكد علي التعاريف السابقة (Sherizaf Rafraeli:1997) في تعريفه للتفاعلية ؛ فقد عرفها من منظور الاتصال الشخصي بأنها " وجود أي رسالة في تسلسل ترتبط فيه بعضها بالبعث الآخر ، وخصوصاً وجود آخر رسالة متصلة بأول رسالة " (*) ، كما اتخذ نفس المنحى (Ha:1998) في تعريفه للتفاعلية فعرّفها بأنها :

(*) يستخدم المصطلح one-to-many من الباحثين مصطلح one-to-group بالتناوب مع مصطلح one-to-group تكلاً للمصطلحين يعبر عن هدف واحد هو إرسال الرسائل من مؤسسة (صحافة / إذاعة / تلفزيون) إلي مجموعة من الجمهور .

(*) Donna L. Hoffman, Novak Thomas p., and Chaterjee Patrali (1995), "Commercial Scenarios for the Web: Opportunities and Challenges," Journal Of Computer Meditated= =Communication, vol.1, Iss3 available online [URL] <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue3/hoffman.html>

(†) Marcel M. Allbritton (May 1996) "Collaborative Communication among Researchers Using Computer-Mediated Communication: A Study of ProjectH" Master of Arts in Communication, The University of New Mexico, Albuquerque, New Mexico, available online (URL) www.arch.usyd.edu.au/~fay/netplay/marcel/three.html

(‡) Sherizaf Rafraeli and Fay Sudweeks (1997), "Networked Interactivity," Journal of Computer Meditated Communication, vol.2, Iss.4. Available online (URL) <http://www.207.201.120/jcmc/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html>

إخراج الصحف الإلكترونية **الهدف الأول**
استجابة كل من المتصل والجمهور كل منهم إلى الآخر طبقا لاحتياجاتهم الاتصالية^(*).

في حين تبني المسلك الثاني (الذي ركز علي المشاركة الفعالة في تغيير الشكل والمضمون): كل من Steuer و Jens ؛ فقد عرف Steuer (1992) التفاعلية بأنها أي مشاركة يمكن أن تعالج شكل ومضمون الوسيلة في الوقت المناسب^(†) ؛ بينما نظّر (Jens:1998) إليها بأنها : "مقياس مقدرة الوسيلة الفعلية لترك المستخدم يمارس تأثيره علي المضمون أو الشكل أو كليهما معا في بيئة الاتصال الوسيط"^(‡) ؛ فقد ركزا علي مشاركة المستخدم الفعلية في التأثير علي المضمون والشكل ليعيد للمستخدم حقه الطبيعي في مناقشة ما يقدم إليه .

يتضح من خلال العرض السابق لبعض الأدبيات الخاصة بالتفاعلية أن ثمة تبايناً في تعريف التفاعلية ؛ فالمدرسة التكنولوجية تركز علي الوسيط التكنولوجي (الكمبيوتر) ، في حين تركز المدرسة النفسية علي محورية الفرد كمتمركز فاعل في العملية التفاعلية ، أما المدرسة الاجتماعية فانهب تركيزها علي العملية التفاعلية كملاقة تجمع بين أفراد ، بينما تركز اهتمام المدرسة الإعلامية علي مضمون وشكل المادة الإعلامية بالإضافة إلي تركيزها علي العملية الاتصالية بوصفها عملية استجابة بين المرسل والمستقبل ؛ وللوصول إلي صيغة توفيقية تجمع المدارس المتباينة قام الباحث بطرح التعريف التالي للتفاعلية .

التعريف الإجمالي للتفاعلية:

التفاعلية هي حرية المستخدم الكاملة في انتقاء المواد الإعلامية المقدمة له حسب رؤيته الخاصة التي قد تلتقي أو لا تلتقي مع رؤية مقدم هذه المواد ؛ فيمكن أن يعيد إنتاج المواد الإعلامية المقدمة له من خلال مدخلاته إلي النظام ، وتسمح له التفاعلية

(*) Louisa Ha and E. Lincoln James (1998,"interactivity Reexamined: A Baseline Analysis of Early Business Websites," Journal Of Broadcasting and Electronic Media, Vol.42, number4, 457-474.p

(†) J. Steuer, 1992. "Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence," Journal of Communication, volume 42, number 3, pp. 73-93.

(‡) Jens F Jensen (1998)."Interactivity: tracing a new concept in media and Communication Studies," Nordicom Review, 19(1), 185-204.

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
مناقشة هذه المواد مع المتجبن والمستخدمين من خلال المتديبات والبريد الإلكتروني
ووسائل الاتصال الشخصي الأخرى .

يتضح من خلال هذا التعريف أن التفاعلية عملية نفسية تتحقق من خلال اختيار
المستخدم الحر للمعلومات التي تتحقق الرغبات التي يريدنا وتشيح ميوله في الحصول
علي المعلومات التي يريدنا في الوقت الذي يريدنا ، كما أنها عملية اجتماعية تتحقق
من خلال دمج ذاتية المستخدم مع المستخدمين الآخرين من خلال مناقشة المواد المقدمة
له مع منتج هذه المواد لزيادة معلوماته حول أحد الموضوعات ، كما تمكنه التفاعلية من
التصرف علي آراء الآخرين حيال قضية خلافية للتعرف علي انطباعاتهم وتوجهاتهم ،
كما أن التفاعلية من خلال هذا المفهوم إلكترونية فهي تحدث عبر وسيط إلكتروني
يعطي المستخدم حقه في إعادة إنتاج المواد الإعلامية التي لا تروق له من خلال مدخلاته
إلى النظام . وهي بطبيعة الحال عملية اتصال تحدث بين منظومة اتصالية معقدة تشمل
المعيد من الأطراف الاتصالية التي تتبادل مواقعها ؛ فعلي الرغم من امتلاك منتج المادة
الإعلامية لوسيلة اتصال (كمبيوتر) ؛ فإن المستخدم يملك نفس هذه الوسيلة ؛ فكلاهما
مستخدم لوسيلة الآخر .

نقطة أبعاد التفاعلية:

تعددت أبعاد التفاعلية وفقاً لتباين مقاهيمها ؛ فظهرت مجموعة متعددة من الأبعاد
مرتبطة بكل مجال من المجالات المعرفية السابقة ، غير أن طرح هذه الأبعاد يُخرج
الدولة عن إطارها الموضوعي المتمثل في الإخراج الإلكتروني ؛ لهذا السبب تُركز
للدولة علي البعد الإعلامي للتفاعلية ، ومثلما تباينت المدرسة الإعلامية في طرح
مفاهيم للتفاعلية تباينت كذلك في طرح أبعاد التفاعلية ، ومن هذه الأبعاد :

(أ) البعد التفاعلية منه فيتر

قامت كاري هيت^(*) [Carrie Heeter :1989] بعمل مسح لنماذج الاتصال بدء

(*) نقلا من :

Carrie Heeter (2000) op cit, www.jiad.org/vol1/ao1/heeter.htm
Keith Kenney, Alexander Gorelik and Sam Mwangi, (January 2000) Interactive
Features of Online Newspapers, First Monday, volume 5, number 1 available
online (URL): http://firstmonday.org/issues/issue5_1/kenney/index.html
Ray Nickamp (7 Oct 1997) Television web sites: Interactivity in news stories,
Paper submitted to the Radio-Television Journalism Division, Association for

من نموذج شانون وويفر ونظرية القذبة السحرية ، مروراً بنموذج تدفق المعلومات علي مرحلتين ، ومبدأ الانتباه والإدراك الانتقائي للمعلومات وصولاً إلي نموذج وستلي وماكملين ومفهومها لحارس البوابة ورجع الصدى ؛ حيث رأت أن هذه المداخل النظرية تحافظ علي تدفق المعلومات في اتجاه واحد . بينما رأت أن التفاعلية تتطلب التماهي لتدفق المعلومات أو اتجاهات متعددة Multi-Directions ؛ فالأفراد يقومون بدور نشط في البحث عن المعلومات وانتقائها أكثر من استقبالهم السلبي للمعلومات في وسائل الاتصال التقليدية ، كما أنهم يمكن أن يقوموا بإضافة للمعلومات إلي مواقع الصحف الإلكترونية ، وقد طرحت كاري هير سبع ملاحظات لنظم التفاعلية هي :

- ١- المعلومات تختار لا ترسل
 - ٢- نظام الوسيلة يتطلب اختلاف مستويات فعالية المستخدم ؛ فالمستخدمون عادة فاعلون إلي مدى معين .
 - ٣- الفاعلية [Activity] تميز كلاً من المستخدم والوسيلة ؛ فبعض الوسائل أكثر تفاعلية من البعض الآخر ، وفي المقابل بعض المستخدمين فعالين أكثر من البعض الآخر .
 - ٤- تفاعلات المستخدم والوسيلة شكل من أشكال الاتصال
 - ٥- استمرارية رجع الصدى [Feed Back] هي شكل من أشكال رجع الصدى الذي يقاس فيه سلوك المستخدمين صوب مصدر المعلومات .
 - ٦- ليس هنالك تمييز بين المرسل والمستقبل
 - ٧- نظام الوسيلة يسهل الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي أو كلاهما .
- وعلي أساس هذه الملاحظات قدمت هير ستة أبعاد للتفاعلية في مقياسها هي :

=Education in Journalism and Mass Communications July-August, 1997, available online
 hln/wa?A2=ind9710A&L=aejmc&D=0&P=10877 (URL)http://list.msu.edu/cgi-

The original source:
 Carrie Heeter, 1989, "Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication," In: J. L. Salvaggio and J. Bryant, editors, Media use in the information age. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, pp. 217-235.

(١) تعلية الاختيار:

يرى مصممو الصحف علي الإنترنت أن كثرة الروابط التي يضيفونها والخيارات الكثيرة التي يجب أن يحرر خلالها المستخدم في الموقع ضرورة للتفاعلية ؛ حيث يرون أن المستخدم يُخول سلطة عندما يستطيع اختيار النصوص أو الرسوم الجرافيكية ، أو عندما يستطيع استقبال نصوص باللغة الإنجليزية أو لغات مختلفة ، أو إذا ما استخدم محررات البحث لإيجاد المعلومات التي يريد.

كما أن الاختيارات المتاحة علي الشبكة تزيد الفرصة للتفاعلية بين المستخدم والموقع ؛ فالخيارات المتعددة تعطي المستخدم شعوراً كبيراً بالسيطرة علي ما يريد أن يراه من معلومات .

(٢) المجهولات المفضولة من قبل المستخدم:

عرف بيزلي (١٩٨٣) التفاعلية رياضياً بأنها " نسبة نشاط المستخدم بالنسبة لنشاط النظام " ، فالمستخدمون لا يبذلون مجهوداً في قراءة المعلومات التي تقدمها إليهم الصحف بطريقة آلية ، بيد أن المستخدمين يبذلون مجهوداً عندما يتخارون الصفحات والشاشات لاستعراض المعلومات ، وكذلك يبذلون مجهوداً عندما يستخدمون الكمبيوتر في الاستفسار عن معلومات معينة من قواعد البيانات .

(٣) الاستجابة للمستخدم:

يمكن للصحف الإلكترونية أن تستخدم وسيطاً بشرياً للاستجابة لاستفسارات المستخدم أو تستخدم وسيطاً إلكترونياً للاستجابة ؛ يتحقق الوسيط البشري من خلال إجابة المحررين والعاملين بالصحيفة علي أسئلة البريد الإلكتروني الخاص بمستخدمي مواقعهم ، بينما يتحقق الوسيط الإلكتروني من خلال استخدام برمجيات خاصة مثل : برامج المساعدة الفورية^(*) AFQ ، والإجابة الإلكترونية علي الرسائل الحاططة واستخدام برمجيات التعليمات .

(٤) تسهيل الاتصال الشخصي:

يتم تسهيل الاتصال الشخصي عن طريق مجموعة من الأدوات ؛ منها البريد

(*) Ask Frequency Questions

إخراج الصحف الإلكترونية = الباب الأول
الإلكتروني وحجر الثروة والمتديات .

(٤) سهولة إضافة المعلومات :

تسمح بعض الصحف للمستخدمين بإضافة هويتهم وهوياتهم ، واهتماماتهم الخاصة ، وتواريخ ميلادهم ، وإعلانات الزواج ، وبعض الصحف تسمح للمستخدمين بتقديم مساهماتهم في القصص الإخبارية ؛ في هذه الحالة يصبح المستخدم محرراً ، ومن ثمة فهذا الإجراء يساعد الصحيفة علي توثيق علاقاتها بالمستخدم إذ تسهم في تنمية القدرة علي الإبداع لديه واستكشاف مواهبه .

(٥) الرأية نظام المستخدم :

تتم مراقبة نظام المستخدم عن طريق تسجيل الزائرين الذين يزورون الموقع وتدوين أسمائهم وبياناتهم واهتماماتهم في قاعدة بيانات خاصة بالصحيفة . ويفيد هذا الإجراء الصحيفة في معرفة اهتمامات القراء وخصائصهم الديموجرافية ؛ وبالتالي يمكنها أن تعيد تقييم برامجها في ضوء اهتمامات مستخدميها .

قد لقيت أبعاد هير للفاعلية صدي كبيراً لدي دارسي التفاعلية في فترة طرحها ؛ حيث اقتضت مجموعة من الباحثين أثر أبعاد هير في دراساتهم للفاعلية^(*) ؛ غير أن أبعاد تفاعلية هير لم تستمر طويلاً فقد أصابها التحوير والتقيح والإضافة ؛ فقد عدلت دراسة كل من (Massey & levy:1999) أبعاد تفاعلية هير ؛ حيث رأت أن التفاعلية تحتوي علي أربعة أبعاد من تفاعلية هير هي : تعقيد الخيارات المتاحة ، الاستجابة للمستخدم ، سهولة إضافة المعلومات ، تسهيل الاتصال الشخصي ، كما أضافت هذه الدراسة بعداً جديداً هو عرض الأحداث بصورة مباشرة^(*) Immediacy .

كما ظهرت مجموعة من الباحثين بأبعاد جديدة للفاعلية ؛ فلم يكن هؤلاء

(*) عرض الأحداث بصورة مباشرة ظهر في فبراير ١٩٩٧ في صحيفة Dallas Morning News في عرضها لأحداث تفجيرات أوكلوها .

(*) Brain L. Massey & mark R. Levy (Spring: 1999) "Interactivity, online Journalism, And English-Language Web Newspapers In Asia" Journalism and mass communication Quarterly, VOL 76, NO 1, pp 140-141

إخراج الصحف الإلكترونية شهاب الأول
الباحثين راضين عن أبعاد هيرز للتفاعلية ؛ ومن ثم طرحوا أبعادها جانباً هذا من
ناحية ، ولعدم تحديد مصطلح جامع مانع للتفاعلية من ناحية أخرى ، ونعرض فيما
يلي بإيجاز لبعض أبعاد التفاعلية لدى بعض للباحثين الذين قدموا أبعاداً جديدة في
تناولهم للتفاعلية ومن هذه الأبعاد :

(ب) أبعاد جيمس وها للتفاعلية :

طرح كل من جيمس وها (James & Ha: 1998) خمسة أبعاد للتفاعلية والذات
رأيا أنها تشبع الحاجات الاتصالية وهي (*) :

١- التلاعب [Playfulness] : ويقصد به استشارة ميول الفضول واللعب لدى
المستخدم .

٢- الاختيار [Choice] : ويقصد به اختيار الألوان واللغات والسرعة والبدائل
الأخرى التي لا تحتوي علي معلومات (*) .

٣- الترابط [Connectedness] : ويقصد به ربط المستخدم بالمعلومات التي تهمة
إضافة إلي المعلومات الموجودة .

٤- جمع المعلومات [Information Collection] : ويقصد بها أدوات المراقبة
لفحص الزائرين للموقع وأعدادهم .

٥- الاتصال المتبادل: [Reciprocal Communication] ويقصد بها الاستجابة
للمستخدم ، وتقديم وسيلة اتصال له يستطيع من خلالها التواصل مع الموقع .

(ج) أبعاد ينج لاي للتفاعلية :

قدم ينج لاي [Yuping Lni:2001] أربعة أبعاد للتفاعلية في رسالته للدكتوراه
بعد أستمراض مجموعة كبيرة من أبعاد التفاعلية ودحض أبعادها - من وجهة نظره - ،
وقد توصل للأبعاد التالية (†) :

(*) L. Ha & L. James (1998). Interactivity Reexamined: a Baseline Analysis of Early
Business Web Sites. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 42(4), 457-474.
(*) مثل اختيار الخلفيات والخطوط .

(†) Yuping LIU (April: 2001) "understanding the interactivity media: Interactivity
and its implication for consumer behavior" Ph.D. dissertation proposal, Rutgers
University

(1) السيطرة الفعلية [Active Control]:

يقصد بالسيطرة الفعلية ممارسة المستخدم لدور فعلي في عملية الاتصال عبر الإنترنت من خلال الضغط على لوحة المفاتيح للإبحار عبر موقع معين، أو الضغط على زر القارة للإبحار عبر رابطة معينة، فبدون هذه الأفعال لا يستطيع المستخدم الإبحار عبر الإنترنت، فهو يسير بطريقة غير خطية على المعلومات المقدمة له، على العكس من التليزيون الذي يتم بالطريقة الخطية فمشاهدته لا يقوم إلا بتحويل مفتاح القنوات.

(2) الاتصال في الاتجاهين [Two-Way Communication]:

ركز هذا البعد على ضرورة تسهيل الموقع للاتصال ذي الاتجاهين بين المستخدم والموقع؛ وذلك من خلال تسهيل منظومة الاتصال الرباعية^(*)، ويجب أن يستجيب الموقع للرسائل التي يرسلها المستخدم للموقع، كما يجب أن يكون رجع الصدى مستمراً بدون انقطاع بين الموقع والمستخدم.

(3) حرية الاختيار [Freedom of Choice]:

تتحقق حرية الاختيار من خلال اختيار المستخدم لما يريد أن يراه، كما يجب أن يكون له حرية الاختيار من المضمون المتعدد، ويجب أن يبحر المستخدم بالطريقة التي تروق له خلال الموقع؛ فيجب ألا يفرض الموقع على المستخدم طريقة معينة للوصول للمعلومات.

(4) الشهور بالتزامن [Synchronicity]:

تتحقق التزامنية من خلال حصول المستخدم على المعلومات بدون تأخير، كما

(*) منظومة الاتصال الرباعية هي:

من شخص إلى شخص one to one

من شخص إلى مجموعة one to group

من مجموعة إلى شخص group to one

من مجموعة إلى مجموعة group to group

لزيد من التفصيل حول منظومة الاتصال الرباعية أنظر مبحث عناصر التواصل من هذه الدراسة

يجب ألا يطنى الموقع في الاستجابة لاستفسارات المستخدم ، فيجب أن يكون الموقع جاهزا في أي وقت للاستجابة للمستخدم ويقدم له المعلومات بسرعة .

لم يكن يسنج لاي آخر الباحثين الذين طرّحوأ أبعادا للتفاعلية بل تزامن معه العديد من الباحثين في طرحهم للتفاعلية ؛ فلم تكن الأبعاد السابقة هي التي طرحتها الدراسات الإعلامية في تناولها لأبعاد التفاعلية ، بل علي العكس أسهبت الدراسات الإعلامية في تناول هذا الجانب^(٥) ، وهذا التباين نتيجة طبيعية لمفوض مفهوم التفاعلية ، وعلي الرغم من تنصل هؤلاء الباحثين لأبعاد هير إلا أن تأثيرها يظهر بصورة واضحة في طرح أبعادهم

وبعد هذا الطرح العام بدأ دارسو التفاعلية في تقسيم التفاعلية إلي نوعين : أحدهما خاص بالمستخدم ، والآخر خاص بالوسيلة ، في حين قسمها آخرون إلي ثلاثة أنماط : الأول خاص بتفاعلية المستخدم مع الوسيلة ، والثاني خاص بتفاعلية المستخدم مع المستخدم ، والثالث خاص بتفاعلية المستخدم مع المضمون ، ولم يقتصر تقسيم التفاعلية عند هذا الحد بل راح علماء الاتصال يقسمون التفاعلية بالتبادل فهناك تفاعلية الرسالة مقابل تفاعلية الوسيلة ، وتفاعلية المستخدم مقابل تفاعلية الوسيلة . . . الخ ، غير أن طرحهم هذا ترك أبعاد التفاعلية مضمرة داخل تقسيمهم ؛ مما يوضح أن هذه التقسيمات جاءت كعملية تنظيمية ليس أكثر .

لغائاً: مستويات التفاعلية:

تباين علماء الاتصال حول تحديد مستويات التفاعلية مثلما تباينوا في تحديد مفهومها وأبعادها ، ومن هذه المستويات ما يلي :

(أ) مستويات جوي للتفاعلية:

قدم Tim Guay:1995 ثلاثة مستويات للتفاعلية يبدء من الأدنى إلي الأعلى

(٥) قدم هايكل (١٩٩٨) تسع أبعاد للتفاعلية هي: ١- تأثير التفاعلية، ٢- عدد الاشتراك الكامل، ٣- درجة الاحتمال، ٤- تكرار التبادل، ٥- درجة استخدام الخواسب، ٦- تبادل المضمون، ٧- درجة التوازن، ٨- نوع الوسيلة المشاركة.

Haecel, S. H. (1998) "About the Nature and Future of Interactive Marketing" Journal of Interactive Marketing, 12(1), 63-7

(١) الإبحار Navigation :

يركز هذا المستوي علي المهام الأساسية للتجول داخل الموقع من خلال البحث عن المعلومات ، وذلك باستخدام محركات البحث Search Engines ، والأوامر ، وقوائم الخيارات Menus Options ، والروابط الفائقة ؛ حيث تعد الروابط الفائقة ومحركات البحث من الوسائل الشائعة للإبحار داخل موقع الصحيفة من ناحية^(*) ، ويعد الإخراج من العوامل الأساسية للتفاعلية من ناحية أخرى ؛ فمن خلاله يتم الربط بين المواقع المختلفة في شكل جذاب يُشعر المستخدم بمقدرته علي السيطرة داخل موقع الصحيفة^(†).

(٢) الوظيفة [Functionality] :

تتم الوظيفة من خلال تفاعل المستخدم مع النظام لتحقيق أهدافه ؛ فقد تكون تحقيق المكسب من خلال الألعاب ، أو ترويج منتج شركته ، ويعتبر هذا المستوي أعلي من المستوي السابق الذي يقتصر علي تقديم المعلومات إلى المستخدم في شكل جذاب إلا أنه سلمي مقارنة بهذا المستوي (الوظيفة) ، وتضيف الوظيفة إلى المستخدم المقدرة علي التعامل مع المعلومات المقدمة له بحيث يستطيع تحقيق الأهداف التي يريدها من اتصاله بموقع الصحيفة^(‡).

(٣) التكيف [Adaptation] :

يُعد هذا المستوي أعلي مستويات التفاعلية ؛ فالتكيف يحقق قدرا أكبر من سيطرة

(*) Tim Guay, (April 1995) WEB Publishing Paradigms: Interactive Paradigm
"Navigational Interactivity", available online (URL)
<http://hoshi.cic.sfu.ca/~guay/Paradigm/Navigation.html>

(†) Tim Guay, (April 1995) WEB Publishing Paradigms: Interactive Paradigm:
layout, available online (URL) <http://hoshi.cic.sfu.ca/~guay/Paradigm/Layout.html>

(‡) Tim Guay, (April 1995) WEB Publishing Paradigms: Interactive Paradigm:
Functional Interactivity, available online [URL]
<http://hoshi.cic.sfu.ca/~guay/Paradigm/Functional.html>

المستخدم على النظام، ويسمح له بالتكيف مع المعلومات ومع المستخدمين الآخرين، فمن خلاله يمكن إضافة معلومات إلى موقع الصحيفة^(*).

ب) مستويات جاري شيكلي للتفاعلية:

قسم جاري شيكلي Jerry Schlei التفاعلية إلى ثلاثة مستويات هي^(*):

- ١- المستوى المنخفض: هو الطريقة الخطية في استقبال المعلومات في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل.
- ٢- المستوى المتوسط: هو استجابة الموقع لاختيارات المستخدم المتعددة.
- ٣- المستوى العالي: يتمثل في استجابة كل من المرسل والمستقبل لبعضهم البعض من خلال التحوار الإلكتروني.

(*) Tim Guay, (April 1995) WEB Publishing Paradigms Interactive Paradigm:
Adaptive Interactivity, available online [URL]
<http://hoshi.cic.sfu.ca/~guay/Paradigm/Adaptive.html>

(?) Jerry Schlei (1997) Integrated Learning Systems, available online [URL]
[HTTP://www.interactive-pioneers.org](http://www.interactive-pioneers.org)

المبحث الثاني

العناصر البنائية التفاعلية

قبل الحديث عن عناصر التفاعلية لا بد من الحديث عن الكمبيوتر كوسيط اتصالي؛ يقصد بالاتصال الكمبيوترى الوسيط: [Computer-mediated Communication] تبادل المعلومات بين الأشخاص عبر شبكات الكمبيوتر، ويتضمن هذا التبادل كل المعلومات سواء أكانت نصوصاً أم صوراً أم أصواتاً أم وصلات فيديو، كما أن تبادل المعلومات قد يكون تزامني [synchronous] أو غير تزامني [asynchronous]، ويقصد بالاتصال التزامني أن الأشخاص يمكن أن يتصلوا ببعضهم البعض في نفس الوقت، بينما يقصد بالاتصال غير التزامني أن الأشخاص يتصلون في أوقات مختلفة، ويمكن أن يرسلوا ويستقبلوا رسائلهم في الوقت الذي يريدونه^(*)، وأكد علي هذا المفهوم جون ديسمبر [John December]، فقد عرف الاتصال الكمبيوترى الوسيط بأنه "وسيلة اتصال ومشاركة المعلومات"^(†)، كما عرفه المر جرج [Elmer Gerg] بأنه ظاهرة تبادلية [Conversational Phenomenon] أو حوار مؤكد [Decidedly Dialogue] بين الأشخاص^(‡).

بيما يري ماكومب McComb أن الاتصال الكمبيوترى الوسيط قد قدم بيئة اتصال فريدة تجنب من خلالها قيود الاتصال التقليدي المباشر [Traditional face-to-face communication] المتبعة في أن يكون المرسل والمستقبل موجودين فيزيقياً في نفس الزمان والمكان؛ فمن وجهة نظره: أزاح الاتصال الكمبيوتر الوسيط عنصري الزمان والمكان ليضع بدلاً منهما التزامنية^(§).

(*) Computer-mediated communication available on line [URL] <http://gasa.dcaa.fet.unl.pt/julia/ensino/-link.html>

(†) John December (1994). Computer-Mediated Communication as a Component of Technical Communication Education. Paper to be presented at the Society for Technical Communication annual conference, Minneapolis, Minnesota, May 16, 1994. Available on line [URL] <http://www.december.com/john/papers/stc94.txt>

(‡) Elmer Greg (Jan:1999) "Web Rings as Computer-mediated communication" available on line <http://www.december.com/cmc/mag/1999/jan/elmer/html>

(§) McComb, M. (1994). Benefits of computer-mediated communication in college courses. Communication Education, vol43, pp159-170.

هذا وتحتوي أشكال [Computer-mediated Communication] الاتصال الوسيط من وجهة نظر علماء الاتصال علي (*) الأشكال الاتصالية التالية :

- * البريد الإلكتروني [Electronic Mailing].
 - * لوحة النشر الإلكتروني [Bulletin Boards].
 - * جماعة المناقشة [Discussion Groups].
 - * برمجيات المؤتمرات [Conferencing software].
 - * الشبكة العنكبوتية [World Wide Web].
 - * حبر الثرثرة [IRC].
 - * بيئة الصفحات البيضاء [Whiteboard environments].
 - * أعمال تدفق التطبيقات [Work flow applications].
- كما تتميز الإنترنت عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى بأنها تحتوي علي منظومة الاتصال الرباعية والتي تأخذ الأشكال التالية (*) :

- ١- الاتصال من شخص إلي شخص [One to One] : يمثل هذا النوع البريد الإلكتروني ، وحبر الثرثرة ، فمن خلال أحدهما أو كلاهما يمكن الاتصال بشخص واحد .
- ٢- الاتصال من شخص إلي مجموعة [One to Many] : يمثل هذا النوع صفحات الويب WWW التي تقدم المعلومات إلي عدد كبير من المستخدمين ، ويتميز هذا النوع بأنه ذو اتجاه واحد من المرسل إلي المستقبل .

(*) لمزيد من المعلومات حول أشكال الاتصال الوسيط يرجى الرجوع إلي :

- Livingood, J. (1995). Revenge of the Introverts. *Journal of Computer-mediated Communication*, 2. Available on-line at <http://december.com/cmc/mag/1995>.
- Fuller, H. L. (1996). Computer-mediated Communications Networks and the Organizational Life of Schools. *Journal of Computer-mediated Communication*, 3. Available on-line at <http://www.december.com/cmc/mag/1996/sep/fuller.html>
- Chenault, B. (1998). Developing Personal and Emotional Relationships Via Computer-mediated Communication. *Journal of Computer-mediated Communication*, 5. Available on-line at <http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenaault.html>

(*) see Busakorn Suriyasarn (May:1998) Internet as a New Mass Medium, from Thai Media & Telecommunications Page, available online [URL] <http://www.busakorn.addr.com/thaitcom/thaitcom.htm>

Merrill Morris , Christine Ogan (Winter: 1996) "The Internet As Mass Medium" *Journal of Communication* 46 (1) , available online [URL] <http://jcmc.huji.ac.il/vol1/issue4/morris.html>

٣- من مجموعة إلى شخص [Many to One]: يتمثل هذا النوع في المؤتمرات التي تعقد عن بعد.

٤- من مجموعة إلى مجموعة [Many To Many]: يمثل هذا النوع ، شبكة مجموعة النقاش [Usenet] التي يتم من خلالها تبادل المعلومات عبر مئات الآلاف من الحواسيب ، ونظام لوحة النشرات / نظام مجموعات النقاش [Electronic Bulletin Boards] ؛ وهو عبارة عن نظام للأشخاص لقراءة رسائل بعضهم البعض والتعليق عليها برسائل جديدة ، ومعالج قوائم البريد الإلكتروني [Listservers] وهو الذي يقوم بتوزيع الرسالة البريدية الواحدة علي أكثر من مستقبل في وقت واحد.

يتضح من الأشكال الاتصالية السابقة أنها تحتوي علي كل أشكال الاتصال الموجودة داخل الإنترنت ، إلا أن الصحف الإلكترونية إن احتوت علي كل تلك الأشكال فأنها تعد من وجهة نظرنا مجرد أداة تواصلية - أو أداة لنشر المعلومات القديمة والحديثة - فقدت هويتها الإعلامية ، وعلي الجانب الآخر ، لابد للصحف الإلكترونية أن تفيد من بعض تلك العناصر لتحقيق لمستخدميها التفاعلية المناسبة من زاوية ، ولتحقق لنفسها التواصل معهم من زاوية أخرى ، لذلك يمكن تقسيم العناصر البنائية التفاعلية علي شبكة الإنترنت التي تخص الصحف إلي مجموعتين أولهما : التفاعلية التواصلية ، وثانيهما : التفاعلية المعلوماتية ، وهما كما يلي :

أولاً: التفاعلية التواصلية:

يقصد بالتفاعلية التواصلية الأدوات التي تجعل المستخدم يتواصل مع الآخرين وفقاً لاختياره ، وتمثل هذه الأدوات في أربعة أشكال اتصالية هي : البريد الإلكتروني ، وحجر التثرة ، والمنتديات ، واستفتاءات الرأي العام ، ولكل نوع من هذه الأدوات الاتصالية مميزات التي ينفرد بها عن النوع الآخر .

وتتشترك هذه الأدوات في هدف محدد هو تحقيق التواصل بين كل من العاملين في الصحفية والمستخدمين ، والعاملين بعضهم البعض ، والمستخدمين بعضهم البعض ، وإدراكاً للدور التواصلية لهذه الأدوات أرجع أرجعت عينة الدراسة الميدانية تفضيلها للعناصر التواصلية لمجموعة من الأسباب هي :

إخراج الصحف الإلكترونية الهدف الأول

١- تعدد الأدوات التواصلية من المميزات الأساسية لشبكة الإنترنت التي تنفرد بها عن وسائل الاتصال التقليدية الأخرى ، وتعد كسبًا حقيقيًا للصحافة الإلكترونية بميزة إيائها عن الصحافة الورقية.

٢- تسهل هذه الوسائل الاتصالية تواصل كل من المحررين مع المستخدمين وإقامة علاقات وطيدة بينهم بعيدا عن بيئة العمل الصحفي .

٣- تسهل هذه الوسائل معرفة رد فعل الجمهور إزاء أي تغطية إعلامية في نفس الوقت تقريبًا .

٤- تزيد هذه الوسائل من معلومات الجمهور عن التغطية الإخبارية من خلال اتصاله بمصادر الأخبار الأصلية .

٥- تقيم هذه الوسائل علاقات وطيدة بين المستخدمين بعضهم البعض من خلال تبادل الأفكار والمعلومات .

٦- تجعل هذه الوسائل المستخدم علي علاقة آنية بمصادر الأخبار سواء أكان متواجداً علي موقع الصحيفة أم لا .

ونعرض فيما يلي لهذه الأشكال الاتصالية بشيء من التفصيل وهي :

(أ) البريد الإلكتروني [E-Mail] :Electronic Mail

يستمد البريد الإلكتروني تعريفه من الوسائط الإلكترونية [Electronic Media] وهي : التكنولوجيات التفاعلية التي تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعية الفردي والجماعي^(*).

يستخدم البريد الإلكتروني كوسيلة اتصال شخصي لتبادل الآراء وطلب المعلومات والاستفسار عن بعض الموضوعات ، كما أنه يفيد كل من المحرر والمستخدم علي حد سواء ؛ فهو يساعد المحرر في : معرفة رد فعل القراء تجاه مقاله أو موضوعه ؛ مما يساعده علي تجنب الأخطاء التي وقع فيها من قبل ، وعلي الجانب الآخر ، يفيد المستخدم في التعبير عن أفكاره واتجاهاته بحرية ، ويزيد من معلوماته في موضوعات

(*) حسني محمد نصر (٢٠٠٣) الإنترنت والإعلام : الصحافة الإلكترونية ، الكويت ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ص ٧٢ .

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول
معينة من خلال اتصاله بأحد المحررين الذين تتوافر لديهم معلومات هامة عن أحد
الأخبار أو الموضوعات^(*).

وقد قسم الباحث البريد الإلكتروني من حيث إمكانية استخدامه في التواصل مع
الآخرين إلى الأنواع التالية :

جدول (٢٣) يوضح أنواع البريد الإلكتروني

الترتيب	الصحيفة			
	أنواع البريد	الأهرام	الجمهورية	النيويورك تايمز
	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
٤	يوجد خاص بالصحيفة	✓	✓	✓
٢	يوجد خاص بالمحررين	×	×	✓
×	يوجد خاص بالقوي الفاعلية في النص	×	×	×
٢	يوجد خاص بمواقع خدمة	×	×	✓
٢	عمل بريد للمستخدم	✓	✓	×
١٠	المجموع	٢	٢	٣

البريد الخاص بالصحيفة :

يستخدم هذا البريد من قبل المستخدمين للاستفسار عن معلومات معينة من
الصحيفة عادة ما تكون تتعلق بما نشر في الصحيفة ، أو رغبة المستخدم في الاشتراك في
الصحيفة ، أو الإعلان فيها ، أو تقديم شكاوي أو التماسات ليتم نشرها .

يتضح من الجدول السابق أن الصحف الإلكترونية الأربع عينة الدراسة قد
استخدمت بريدًا خاصًا بها ، إلا أنه يؤخذ على هذا البريد عدم فاعليته بالنسبة
للمصحفتين المصريتين عينة الدراسة ، فهما لم تردا على الرسائل المرسلة إليهما من
القراء . وذلك من واقع تجربة الباحث الشخصية بهذا الشأن ، ولكن على ما يبدو
أصبح تقليد وضع البريد الإلكتروني موضة لا غني عنها من الناحية الشكلية التي لا
تعكس إفادة عملية على أرض الواقع بالنسبة للصحف .

(*) Timo Lüge (March:1999) "Usage Patterns and Information Needs of Journalists on the Internet. An Empirical Study at USUS- The usually Useful Internet Guide For Journalists" Abstract of a Master Thesis Written at Institute For Communication Science at the University of mUnich, available online [URL]

أما الصحفيان الأمريكيتان فقد استخدمتا طريقة الرد الإلكتروني تمتدنان فيه للمستخدم من ناحية، وتمتدنا بالرد عليه في أقرب فرصة من ناحية أخرى، ويمزو الباحث قيام الصحف باستخدام الرد الإلكتروني نظراً لكثرة عدد المستخدمين الذين يرسلون رسائل إلي الصحيفة؛ مما يصعب معه الرد الفردي علي كل شخص.

البريد الخاص بالحررين:

يفيد هذا النوع المحرر في إقامة علاقة وطيدة بينه وبين القراء تفيده في الحصول علي بعض المعلومات؛ وذلك من خلال سؤالهم عن بعض تفاصيل الأحداث، ويفيد هذا النوع المحرر في تقديم وجهة نظر جديدة أو زاوية جديدة قد تكون غائبة عنه يطرحها المستخدم، كما تمكن الرسائل الإلكترونية المحرر في التعرف علي متطلبات القراء؛ إذ تعد هذه الرسائل بمثابة تنفيس [Catharsis] عن رغبات القراء واهتماماتهم^(*).

يتبين من الجدول السابق أن صحيفتي الأهرام والجمهورية لم يستخدما بريد المحررين، ويرجع ذلك بالنسبة للصحف المصرية إلي أنها مازالت تنشر نفس المواد المنشورة في الصحف الورقية، وبالتالي ليس هناك علاقة بين المحرر وما ينشر في الصحف الإلكترونية الأمر الذي لا يتطلب إضافة بريد الإلكتروني مع الخبر، إلا أنه يجب علي الصحف الإلكترونية المصرية علي الأقل أن تنشر البريد الخاص بكتاب الأعمدة الثابتة مع أعمدتهم.

أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فأنهما يتركان للقارئ/ المستخدم حرية مخاطبة أي باب من أبواب الصحيفة، فتقدمان له بريد الجانب السياسي والاجتماعي والاقتصادي والرياضي والفني والتقني... الخ، وللمستخدم الحرية في إبداء ما يراه من مقترحات إزاء أي خبر أو موضوع منشور في الصحيفة.

البريد الخاص بالقوى الفاعلة في النص:

المقصود به تقديم بريد الذين يتصل بهم الموضوع المنشور مثل: السياسين أو الفنانين أو الرياضيين... الخ، يفيد هذا النوع القراء في التعرف علي آراء ذوي

(*) Michael E. Dupre, David A. Mackey(14 Jan 2001) "NEWSPAPER LETTERS AND PHONE-MAIL TO THE EDITOR: A COMPARISON OF READER INPUT" Presented at the Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication Annual Convention, August 2000, Phoenix, AZ. Available online [URL] <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind0101B&L=aejmc&D=0&P=19949>

الخبرة في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية ، كما يفيد هذا النوع في التعرف على آراء الشخصيات العامة مثل الرياضيين والفنانين ؛ فطرق معيشتهم وتصرفاتهم ذات أهمية للمستخدمين ، وعلى الطرف الآخر يساعد هذا النوع من البريد الإلكتروني القوي الفاعلة في النص في معرفة نبض الجماهير عن قرب .

لم تفسد صحف الدراسة من هذا النوع جملة من الأسباب من وجهة نظرنا بعضها يخص الصحافة ، والبعض الآخر يخص القوي الفاعلة وهما كما يلي :

يرجع سبب عزوف القوي الفاعلة في المشاركة في هذه الخدمة - من وجهة نظرنا - إلى عدم إدراكهم لأهمية البريد الإلكتروني في تحسين صورتهم ، وبالتالي يجمعون عن مشاركة الصحافة في هذه الخدمة ، وربما يرجع إلى ضيق الوقت أمام القوي الفاعلة ، وربما يرجع ذلك إلى رغبة القوي الفاعلة في الهروب من مراقبة وسائل الإعلام .

ويرجع السبب بالنسبة للصحافة إلى أنها ترى أن هذا النوع يعد بمثابة إعلان للقوي الفاعلة ، وربما يرجع السبب في ذلك لضيق الوقت أمام الصحافة في تقديم الأخبار ، وربما لإدراكها لعدم فاعلية هذا الإجراء بالنسبة للقراء لعدم رد القوي الفاعلة على رسائلهم .

البريد الإلكتروني الخاص بمواقع خدمية

يقصد بالمواقع الخدمية : المواقع التي تقدم للمستخدم خدمات عامة يدون مقابل مثل : الخدمات الطبية والتعليمية والاجتماعية والدينية . . الخ ، مثل إرسال بعض الأسئلة الدينية للاستفتاء عن بعض المسائل الدينية الخلافية ، أو إرسال شكاوي المرضى والتماساتهم إلى أحد الأطباء (*) .

لم تقدم الصحف المصرية بريد مواقع خدمية على مدار الدراسة مثل ما قامت به كل من صحيفتي النيويورك تايمز واليو إس آيه توداي في حوادث الاعتداء على الولايات المتحدة للاستفسار عن الضحايا .

عمل بريد للمستخدمين

يفيد هذا الإجراء الصحافة في جذب المستخدم إلى موقعها وذلك عن طريق

(*) لقد عدلت الصحف المصرية من هذا الإجراء بعد الاعتداء الأملوأمريكي على العراق ، فقد قدمت بعض البيانات عن الصليب الأحمر للسؤال عن المصيرين الموجودين في العراق أو الذين أصيبوا .

إخراج الصحف الإلكترونية **الهاب الأول**
دخوله اليومي إلي بريد الإلكتروني عبر الصحيفة مما يجعله يلقي نظره إلي الموضوعات المنشورة في الصحيفة. إضافة إلي حصول المستخدم علي ID يحمل اسم الصحيفة، مما يشعر المستخدم بأنه فرد ينتمي إلي تلك الصحيفة، مما يدفعه إلي تبني وجهات نظر الصحيفة والدفاع عنها، كما يمكن أن تقيد الصحيفة من هذا الإجراء في عمل قاعدة بيانات لهؤلاء المستخدمين ترسل لهم التهتة في أعياد ميلادهم مما يجعل القارئ وثيق الصلة بالصحيفة.

أفاد موقع دار التحرير للطباعة والنشر من هذه الإمكانيات مقدما لمستخدميه بريد الإلكتروني يحمل اسم صحيفة الجمهورية [Id@gom.com.eg]، أما صحيفة الأهرام فقد علقت هذا بدخول المستخدم إلي خدمتها الإلكترونية بجيرة إياه علي دخول الإنترنت من خلال أرقام اتصالاتها، أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فلم تقدمتا تلك الخدمة لمستخدميهما.

أما صحيفة الأهرام فقد اشترطت لتقديم هذه الخدمة للمستخدم أن يدخل إلي موقعها عبر يوايتها الإلكترونية من خلال رقم الإنترنت الذي تقدمه، وهذا الإجراء يقرض من البداية أن يدخل مستخدم الإنترنت من خلال موقع الأهرام ليأول هذا الحق، ونحن لا نعترض علي حق صحيفة الأهرام في تقديم اشتراكات لمن تقدم لهم الخدمة، غير أن هذا الإجراء يجعل المستخدم لا يدخل علي البريد الخاص به من موقع الصحيفة لأن هذا الإجراء يتطلب أن يمر المستخدم بمجموعة من الإجراءات منها:
أولاً: دخوله الإنترنت، ثانياً: دخوله الصحيفة، ثالثاً: دخوله علي البريد الإلكتروني، وعلي الرغم من أن الصحيفة تترك هذا المجال مفتوحاً أمام من يدخلون الإنترنت عبر الدول العربية والدول الأجنبية الأخرى، إلا أن هذه الخدمة محجوبة عن المصريين الذين يدخلون الإنترنت عبر شبكتي الجامعات المصرية، ومجلس الوزراء.

وعلي الجانب الآخر لم تقدم صحيفة النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي هذه الخدمة لمستخدميهما ظناً منها أن هناك مواقع كثيرة تحتوي علي تلك الخدمة، ومن ثم فلا داعي لتكرارها، بيد أننا نري أن الصحفتين أخطأتا الظن لأن هذه الخدمة تجعل المستخدم - كما سبق القول - يذهب إلي الصحيفة لمعرفة بريده اليومي، ومن ثم يطلع علي أخبار الصحيفة.

(ب) **هجر التوترة [Chat]:**

تُعد حجرة التوترة أحد نماذج التواصل التي تعتمد علي الإرسال والاستقبال

المباشر، فهي تطبيق للاتصال في الوقت الحقيقي [Real time] ؛ فكل المشاركين في العملية التفاعلية يجب أن يكونوا متواجدين إلكترونياً في نفس الوقت^(*)، كما أن الرسائل تنقل مباشرة في نفس الوقت من خلال خادم وسيط لكل المشتركين، وتتميز رسائل حجر الثرثرة بأنها رسائل قصيرة جداً «سطر أو سطران» في أغلب الأحيان^(*).

يمكن لحجر الثرثرة داخل الصحف الإلكترونية أن تؤدي إلي التفاعل المباشر بين المستخدمين والعاملين بالصحيفة من جانب والمستخدمين بعضهم البعض من جانب آخر، ويؤدي هذا التفاعل إلي زيادة رؤية القارئ حول الموضوع المنشور، فحجر الثرثرة تقوم علي فرضية مفادها أن المحرر لديه كثير من القصص الإخبارية التي لم يستكملها في الموضوع يمكن أن يفيد منها القارئ^(*)، كما يمكن للقراء أن يشروا القصص الإخبارية بالمعلومات التي لديهم من خلال تفاعلهم المباشر عبر الإنترنت [in Live Online].

لم تجد صحف الدراسة من هذه الوسيلة الاتصالية علي الإطلاق علي الرغم من إفادة مواقع صحفية أخرى من تلك الخدمة بشكل جيد مثل صحيفة الواشنطن بوست.

ج) المنتديات :

تزيد المنتديات من تفاعلية وسائل الإعلام فمن خلالها تزيد فرص التفاعل بين القراء reader to reader ، كما أن المنتديات التي تنظمها وسائل الإعلام تتميز بأن مضمونها يلقي صدي لدى المستخدمين فهم يشتركون في خلفياتهم وقواعدهم المعرفية وعلى الجانب الآخر فإن المنتديات تكون فرصة جيدة لتحقيق الاندماج بين المشتركين من خلال تبادل المناقشات الحرة ؛ فهي لا تكون مزدحمة بالمتخصصين مثل

(*) Susan Hering (June:1999) Interaction Coherence in CMC, JCMC4 (4) available online [URI] <http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue4/hering.html>

(*) Judith donath, Karrie Karahalios & Fernanda viegas (June: 1999) Visualizing Conversation, JCMC4 (4) available online [URL] <http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue4/donath.html>

(*) Jeffrey R. Young (June: 2000) . THE JOURNALIST IN THE CHAT ROOM : An Analysis of Washingtonpost.com's Live Online The Journal of Electronic Publishing, Volume 5, Issue 4 available online [URL] <http://www.press.umich.edu/jep/05-04/young.html>

إخراج الصحف الإلكترونية **الكتاب الأول**
[Usenet Group]، كما أنها ليست قليلة المعلومات ولكنها ساحة للحوار
الفاعل^(*).

لم تعد الصحف المصرية من المنتديات، فلم تقدم صحيفتا الجمهورية أو الأهرام
منذ... واحدًا يلتف حوله القراء، في حين أفادت صحيفة النيويورك تايمز من المنتديات
إفادة قصوي فقد تناولت هذه المنتديات موضوعات متعددة في شتى المجالات التي
تنشرها الصحيفة من مواد رأي، وتكنولوجيا، وعلوم، وتعليم، وفنون، ورياضة،
وتوظيف، وتسوق، وأحداث دولية ومحلية، وأحداث جارية... الخ، أما صحيفة
اليو أس إيه سوداي فهي تستخدم المنتديات على هيئة [Chat] فهي تقدم للقارئ
شخصية مشهورة يرسل لها المستخدم ما يريد من أسئلة تتعلق بمجال تخصصها ثم ترد
هذه الشخصية على تلك الأسئلة، في الوقت الذي يسمح فيه، ومن يريد التعليق على
هذه الأسئلة أو الإجابات عليه أن يضع تعليقه هو الآخر ليظهر للمستخدمين مع إجابة
الشخصية على الأسئلة.

(هـ) استفتاءات الرأي العام [polls]:

تستخدم استفتاءات الرأي العام في التعرف على نضج الجماهير للتنبؤ بنتائج
موضوع من الموضوعات السياسية أو الرياضية أو الاقتصادية أو الاجتماعية... الخ
التي تهم مجموعة كبيرة من المستخدمين.

يفيد هذا النوع من الاستفتاءات الصحافية في قياس اتجاهات المستخدمين إزاء
موضوع معين، وقد تسهم هذه الاستفتاءات في تغيير بعض السياسات التي تنتهجها
بعض الدول أو تغيير برنامج انتخابي، وتفيد الصحيفة في تدعيم بعض موضوعاتها
باتجاهات الجماهير، ويمكن استخدام تلك الاستفتاءات في تغيير شكل الصحيفة أو
مضمونها وفقًا لرغبات القراء والموضوعات التي يودون طرحها.

قد استخدمت صحيفة الجمهورية هذا النوع من الاستفتاءات في طرح استفتاءاتها
من يفوز بالدوري، غير أنه يؤخذ على هذا الاستفتاء أنه لم يتغير حتى بعد الحسم
الفعلي نتيجة الدوري؛ فظل هذا الاستفتاء مطروحًا لكي يدلي المستخدم باقتراحه بعد

(*) Tanjev Schultz, Maxwell Terrace (1 Dec:1998) "Mass Media and the Concept of Interactivity: An exploratory study of online forums and reader e-mail" Paper for AEJMC Convention Aug. 5-8, 1998, Baltimore (MD) Communication Technology and Policy Division, available online [URL] <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9812A&L=aejmc&D=0&P=1881>

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
انتهاء المنافسة ؛ مما يقلل من أهمية تواجده ، أما صحيفة الأهرام فلم تستخدم هذا النوع من الاستفتاءات علي مدار الدراسة .

أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد استخدمتا هذا النوع بطريقة علمية في مجالات سياسية متعددة ، غير أنهما لم تطرحانه في صفحة بدتها بصورة مباشرة ، ولكنهما وضعتاه مصاحباً للموضوعات السياسية في الصفحات الداخلية .

ثانياً: التفاعلية المعلوماتية:

يقصد بالتفاعلية المعلوماتية الأدوات التي تمك المستخدم بالمعلومات التي يريد ما سواء أكان ذلك عن طريق مدخلاته إلي النظام مثل : محركات البحث و الأرشقة ، أم اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية مثل خريطة الموقع ، ونعرض فيما يلي لأشكال التفاعلية المعلوماتية ومدى إفادة الصحف الإلكترونية منها .

(أ) محركات البحث [Search Engine] :

يحتاج مستخدم الإنترنت إلي طريقة بحث عن المعلومات داخل المواقع الموجودة علي شبكة الإنترنت سواء أكانت هذه المواقع صغيرة أم كبيرة ؛ فطرق البحث (محركات البحث) تسهل للمستخدم الحصول علي المعلومات من ناحية ، وتقلل الوقت المطلوب للحصول عليها من ناحية أخرى ، فعندما يتم وضع الصفحة علي الإنترنت فإن المحرك البحثي يرسل العنكبوت [Crawler] - برنامج بحثي - الذي يقوم بفرص الإنترنت آلياً ، ثم يقوم بتسجيل ما يجده من صفحات ويصنعه في الفهرس المخصص للموضوعات وفقاً لترتيب قاعدة البيانات ، وعندما يريد المستخدم أن يبحث عن معلومة معينة فإنه يقوم بإدخال كلمة أو جملة مفتاحية في المحرك البحثي الذي يقوم بدوره بمطابقة هذه الكلمة أو الجملة بقاعدة البيانات (الفهرس) ثم يعود بالصفحات وثيقة الصلة بالكلمة أو الجملة التي أدخلها المستخدم ، ويتخذ البحث داخل الإنترنت مجموعة من الأشكال منها (*) :

(*) ثابيث الترجمات التي تترجم هذا المصطلح في الكتابات العربية ؛ فقد أطلق عليها البعض معاملات البحث ، كما أطلق عليها البعض الآخر أدوات البحث ، ولكن أكثر الترجمات انتشاراً هي محركات البحث باعتبار أن تلك المحركات تبحث داخل قاعدة بيانات وتعود بالنتيجة الفورية من قاعدة البيانات .

(*) Ameritech Web Page User Interface And Design Guidelines: available online [URL]http://www.ameritech.com/corporate/testtown/library/standard/Web_guidelines/search.html

(١) البحث داخل الصفحات:

معظم صفحات الشبكة تُؤسس لها أسلوباً للإبحار [Navigational Technique] يساعد المستخدم في البحث داخل الصفحة عن موضوع أو عنصر معين من العناصر النصية فإذا ما كانت الصفحة مقسمة إلى أقسام عديدة فإن البحث في هذه الصفحة قد يأخذ الشكل الأبجدي [Alphabetically form] عن طريق وضع روابط فائقة تحتوي على الترتيب الأبجدي - من (الألف إلى الياء) في اللغة العربية أو من (A to Z) في اللغات اللاتينية - في مقدمة الصفحة ؛ مما يساعد في الوصول إلى القسم أو النص المراد الوصول إليه . ويفيد هذا النوع في الصفحات الطويلة لتسهيل للمستخدم الحصول على المعلومات .

(٢) البحث بين الصفحات:

يتم في هذا الأسلوب استخدام البحث عن طريق إدخال كلمة مفتاحية أو جملة مفتاحية مرتبطة بالمعلومات التي يرغب المستخدم في الحصول عليها داخل صندوق البحث ^(*) .

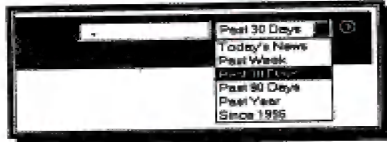
(٣) مجال البحث [Scope]:

يمتد مجال البحث على عدد الصفحات والمواقع التي يتم البحث فيها ومدي ارتباطها بقواعد البيانات الخارجية [External Databases] التي يسمح للمستخدم بالإبحار خلالها .

لقد اختلفت الصحف الإلكترونية هيئة الدراسة في تحديد مجال ونطاق بحثها بدءاً من تجاهل العنصر البحثي ، مروراً بالبحث في عدد الصحيفة الحالي ، وصولاً إلى البحث في الشبكة بصفة عامة .

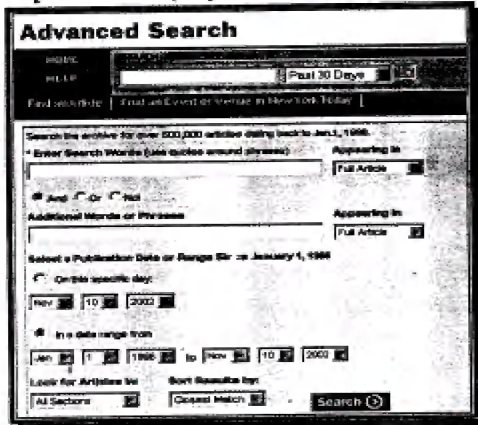
كما لم تعبأ جريدة الجمهورية بتقديم طريقة بحثية توصل القارئ إلى الموضوعات التي يريدها ، بينما قدمت صحيفة الأهرام طريقة سهلة للحصول على المعلومات التي يريدها المستخدم من خلال التحديد الزمني والموضوعي ، فيمكن للمستخدم أن يحدد

(*) Jupitermedia Corporation (2002) Search Engines: What they Are, How They Work, and Practical Suggestions for Getting the Most Out of Them, available online, [http://webreference.com/content/search.h.html](http://webreference.com/content/search.html)



شكل (٢٧) بوض: الطريقة العادية للبحث داخل صحيفة النيويورك تايمز

الثانية: الطريقة المتقدمة: وفيها يتم إدخال الكلمة أو الجملة المراد البحث عنها في صندوق البحث وهناك خيارين في ذلك الصدد، الأول: تحديد النطاق البحثي الذي يتم فيه تحديد نطاق البحث عما إذا كان في المقال كله، أو في العناوين، أو في ملخص المقال، أو اسم الكاتب. والثاني: تحديد تاريخ ومجال البحث، يتم فيه تحديد الفترة الزمانية التي يتم فيها البحث والتي تبدأ من أول عام ١٩٩٦ حتى المدد الحالي، أما مجال البحث فيتم فيه تحديد أبواب الصحيفة التي يتم فيها البحث وهي كما يلي:

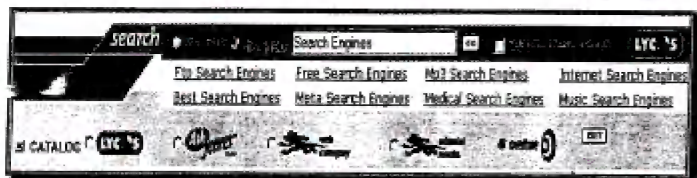


شكل (٢٨) بوض: الطريقة المتقدمة للبحث داخل صحيفة النيويورك تايمز

إخراج الصحف الإلكترونية الهدف الأول

إلا أنه يجب المجال البحثي هذا أن المستخدم لا يمكن له أن يبحث في بابين معاً في نفس الوقت ، فلا يمكن له مثلاً أن يبحث في باب الصحة والتعليم معاً في آن واحد ، ولكن عليه أن يبحث في باب الصحة أولاً ثم في باب التعليم لكي يحصل على النتيجة التي يريد ، وكان يجدر على الصحيفة أن تستخدم مربع الاختيار [Check Box] - مثل صحيفة الأهرام - الذي يسمح بتحديد الخيارات حسب رغبة المستخدم بدلاً من مربع التحرير والسرد [Drop Down Combo Box] الذي يحدد خيار بحثي واحد فقط .

كما تحتوي صحيفة البو أس أية توداي على محركين بحثيين : أحدهما خاص بالبحث داخل الموقع [Site search] ويحتوي على ثمانية محركات رئيسية يتفرع منها خمسة وأربعون محركاً بحثياً ، والآخر خاص بالبحث داخل الشبكة [Web search] ويحتوي على ستة محركات بحثية وهو ما يوضحها الشكل التالي :



شكل (٢٩) بوض: البحث داخل صحيفة البو أس أية توداي

يتضح من العرض السابق أن صحيفة الأهرام والنيويورك تايمز قد أتبعتا أسلوب البحث داخل الصفحات ، بيد أن صحيفة البو أس أية توداي تميزت عنهما باستخدامها لمجال البحث داخل الإنترنت ، فلم تقتصر إفادة الصحيفة على إمكانات الموقع بل تمدته إلى الإفادة من إمكانات بعض المحركات البحثية الموجودة داخل الشبكة ، غير أن هذا الأسلوب قد ينطوي على إمكانية خروج المستخدم من موقع الصحيفة .

(ب) الأرشفة [Archiving]:

يقصد بالأرشفة حفظ صفحات الصحيفة ، موضوعاتها بصورة منتظمة يمكن الرجوع إليها عند الحاجة ، إلا أن الصحف الإلكترونية قد ، آتت في أسلوب الأرشفة

إخراج الصحف الإلكترونية **الهدف الأول**
وفقاً لعملية التحديث [Updating]، ويمد التحديث هو المحك الأساسي في تحديد الأرشفة.

فالصحف المصرية عينة الدراسة تعتمد في صدورها علي النسخة الورقية التي لا تُحدث إلا بعد مرور أربع وعشرين ساعة، لهذا فهي تحفظ موادها كل أربعة وعشرين ساعة ويمكن للمستخدم وفقاً لهذا الرجوع الصحيفة بكاملها في اليوم السابق.
كما احتفظت جريدة الجمهورية بأعدادها بدءاً من ١/١/٢٠٠٢ حتي ختام تلك الدراسة^(*) وهو ما يوضحه الشكل التالي.



شكل (٢٠) يوضح: أرشفة جريدة الجمهورية

كما أما جريدة الأهرام فقد احتفظت بأعدادها بدءاً من ١/١/١٩٩٨ حتى ختام تلك الدراسة، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

(*) عند صدور الصحيفة الأولى علي الإنترنت في ١٦/٢/١٩٩٧ كانت الصحيفة تحفظ بأرشيف لها بشكل أسبوعي، غير أنه مع تغير تصميمها بطلع عام ٢٠٠٢ لم تحافظ علي تلك الأعداد، ويرجع ذلك لعدم توافق التصميم الجديد مع التصميم القديم للصحيفة من الناحية الفنية ولا من الناحية التقنية، فمن غير القبول أن يكون هناك تصميم فني متوافق أمام تصميم فني متناقض نوعاً ما، غير أنه ليس هناك عائق تكنولوجي يمنع الصحيفة من الحفاظ علي تاريخها التكنولوجي علي الإنترنت من وجهة نظرنا.



شكل (٣١) يوضح: أرشيف جريدة الأهرام

أما الصحف الأمريكية عينة الدراسة فهي تهتم بالترتيب الزمني للأحداث لا الأعداد؛ لهذا فالصحف الأمريكية لا تحتوي علي أرشيف للأعداد، إنما تحتوي علي أرشيف للموضوعات مرتب وفقا للترتيب الزمني، فترتيب الأعداد لا يصلح مع التحديث القسوري للأخبار فالصحيفة قد تُحدث صفحتها في اليوم أكثر من خمس مرات؛ مما يصعب معه أن تنشأ الصحيفة أرشيف للأعداد، لهذا فقد تبنت الصحف الأمريكية أرشيف الموضوعات إلا أن صحف الدراسة قد تباينت في أرشيفها كما يلي:

بعض علي الرغم من أن صحيفة النيويورك تايمز تضع في الصفحة الرئيسية عناوين أحدهما يحمل اسم الأرشفة، والآخر يحمل اسم البحث إلا أن الصحيفة ترى أن البحث المتقدم هو الأرشفة، فبالضغط علي زر البحث المتقدم نصل إلي نفس النتيجة إذا ما ضغطنا علي زر الأرشفة.

بما أن صحيفة اليو أس آيه توداي فقد أنشأت أرشيفًا لموضوعاتها منذ أبريل ١٩٨٧ علي شكل محرك بحثين، الأول أساسي [Basic Search]؛ وفيه يتم البحث عن الموضوعات من خلال خيارين: أحدهما يحدد الستين الماضيتين، والآخر يفتح الطريق للمستخدم للبحث في الأرشيف كله منذ بدايته، ويوضح الشكل التالي الأرشيف الأساسي.

Archives

Basic Search

Search for:

Date Options: ☒ Last 2 Years ☐ All dates (April 1987 to present)

شكل (٢٢) بوض: أرشيف اليواس آية توداي الأساسي

الثاني متقدم [Advanced search]: يزيد الأرشيف المتقدم عن الأساسي في احتوائه علي خيارات إضافية تمكن المستخدم الوصول إلي معلومات أكثر تحديداً، وذلك من خلال تحديد المؤلف والعنوان والباب - وهو ما يوضحه الشكل التالي:

Advanced Search

Search for:

Date Options: ☒ Last 2 Years ☐ All dates (April 1987 to present)

☐ Date Range From To

Author: (optional)

Headline: (optional)

Section: # of Matches:

شكل (٢٣) بوض: أرشيف اليواس آية توداي المتقدم

ج) خريطة الموقع [Site Map]:

خريطة الموقع هي عمل فهرس لصفحات الموقع علي هيئة محرك بحثي عن طريق

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**

استخدام الروابط الداخلية التي تقوم بهندسة المعلومات [Information Architecture] وفقاً للترتيب الهرمي للمعلومات^(*).

تستخدم خريطة الموقع في عرض تقسيمات وموضوعات موقع الصحيفة بصفة عامة، وتساعد خريطة الموقع في تصنيف الصحيفة بصورة جيدة تسهل عملية الوصول إلى المعلومات الموجودة داخل موقع الصحيفة^(*).

ومن ثمة فإن خريطة الموقع تسهل على المستخدم الوصول إلى المعلومات في أقصر وقت، كما أنها تُعد أفضل من محركات البحث في الوصول إلى المعلومات التي يريدها المستخدم بدقة، علاوة على ذلك فهي تفيد المستخدم في التعرف على الموقع بصورة عامة^(*)، ونعرض فيما يلي لكيفية تقسيم صحف الدراسة لمواقعهم.

لم تقدم صحيفة الأهرام والجمهورية خريطة للموقع، فموضوعات هذه الصحف بسيطة لدرجة لا تحتاج إلى خريطة موقع لتحديدتها، فكل موضوعاتها وتقسيماتها مطروحة في صفحاتها الرئيسية، في حين أدى تنوع الموضوعات وتشعبها في صحيفة النيويورك تايمز واليو أس آي توداي إلى تقديم خريطة لموقعيهما، وهما كما يلي:

صحيفة النيويورك تايمز:

تستخدم صحيفة النيويورك تايمز مصطلح فهرس الموقع [Site Index] بدلا من خريطة الموقع [Site Map]، ويتم الوصول إلى فهرس الموقع عن طريق عنوان خارجي في الصفحة الرئيسية يُسمى [Site Help] ضمن محور المستخدم [Member Center].

يتقسم فهرس الموقع في صحيفة النيويورك تايمز إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي:

القسم الأول: الأخبار [News]، ويضم ثمانية عشر فرعاً، وبعض هذه الأفرع لها

(*) Nilsson Norman (2002) Group report Site Map Usability: 28 design guidelines based on usability studies with people using site maps , available online [URL] <http://www.nngroup.com/reports/sitemaps/sitemap.html>

(†) Jakob Nielsen's Alertbox, (6 January: 2002) Site Map Usability, available online [URL] <http://www.useit.com/MapUsability.html>

(‡) The Home of Allwebmenus V3.0 (2002) Site Map Creation Using All Web Menus, available online [URL] <http://www.likno.com>

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**

تقسيمات داخلية ، القسم الثاني : الملامح [Features] ، ويضم ستة عشر فرعاً ، وبعض هذه الأفرع لها تقسيمات داخلية ، القسم الثالث : الخدمات [Services] يضم ثلاثة عشر فرعاً ، وبعض هذه الأفرع لها تقسيمات داخلية .

صحيفة اليو إس آيه توداي:

تستخدم صحيفة اليو إس آيه توداي مصطلح خريطة الموقع [Site Map] في تقسيمات محتويات الصحيفة ، ويتم الوصول إليها من الصفحة الرئيسية تحت عنوان [Site Map] ضمن محور المصادر [Resources] .

تنقسم خريطة الموقع في صحيفة اليو إس آيه توداي إلى عشرة أقسام : القسم الأول : الأخبار [News] ، ويضم ثلاثة عشر فرعاً ، بعض هذه الأفرع لها تقسيمات داخلية ، القسم الثاني : الرياضة [Sports] ، ويضم ثمانية عشر فرعاً ، بعض هذه الأفرع لها تقسيمات داخلية ، القسم الثالث : سوق المال [Money] ، ويضم خمسة عشر فرعاً ، بعض هذه الأفرع لها تقسيمات داخلية ، القسم الرابع : الحياة [Life] (الاجتماعيات) ، ويضم تسعة أفرع ، بعض هذه الأفرع لها تقسيمات داخلية ، القسم الخامس : الطقس [Weather] ، ويضم سبعة أفرع بعض هذه الأفرع لها تقسيمات داخلية ، القسم السادس : التكنولوجيا [Tech] ، ويضم تسعة أفرع ، بعض هذه الأفرع لها تقسيمات داخلية ، القسم السابع : التسوق [Shop] ، ويضم ثلاثة عشر فرعاً ، ليست لها تقسيمات داخلية ، القسم الثامن : الخدمات واللامح [Services & Feature] ، يضم ثلاثة أقسام ، ليست لها تقسيمات داخلية ، القسم التاسع : صحيفة اليو إس آيه توداي [USA TODAY - The Newspaper] ، يضم خمسة أقسام ، ليست لها تقسيمات داخلية ، القسم العاشر : معلومات عن الموقع والقائمين عليه [About Us] ، ويضم خمسة أقسام ليست لها تقسيمات داخلية .

إن الوصول إلى خريطة الموقع في صحيفة اليو إس آيه توداي أسرع من صحيفة النيويورك تايمز ، غير أن الوصول إلى المعلومات في فهرس النيويورك تايمز أسهل من خريطة الموقع في اليو إس آيه توداي التي تحتوي على تقسيمات عديدة .

التعليق العام:

لقد تبينت الصحف الأربع موضع الدراسة في إفادتها من العناصر التفاعلية

إخراج الصحف الإلكترونية الجلد الأول

التواصلية والمعلوماتية بين إفادة شبه كاملة ومتوسطة وضعيفة ومتقوسة ومغنية، فبالنسبة للتفاعلية التواصلية، فقد أفادت الأهرام والجمهورية إفادة ضعيفة من البريد الإلكتروني إذ لم تستخدمه سوى في البريد الخاص بالصحيفة وعمل بريد للمستخدم، أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد استخدمته في البريد الخاص بالصحيفة، وتقديم بريد المحررين، وتقديم بريد المواقع الخدمية، في حين غابت الصحف الأربع حجر الثروة من علي مواقعها، أما المنتديات فقد أفادت منها صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي بطرق مختلفة، في الوقت الذي لم تغد منها صحيفتا الأهرام والجمهورية، أما استفتاءات الرأي العام فقد قدمت أحدها صحيفة الجمهورية - الاستفتاء الرياضي - بطريقة غير سليمة تفتقر إلي الضبط الزمني، أما صحيفة الأهرام فلم تستخدمها مطلقاً، في الوقت الذي وصلت فيه إفادة النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي إلي أقصى درجة ممكنة.

أما بالنسبة للتفاعلية المعلوماتية فقد أفادت منها صحف الدراسة كما يلي :

لقد تأرجح الاهتمام بالمحركات البحثية بين صحف الدراسة بين التجاهل التام مثل صحيفة الجمهورية التي لم تمياً بتقديم محرك بحثي، وبين الإفادة القصوى من محركات البحث مثل صحيفة اليو أس آيه توداي التي استخدمت نوعين من المحركات البحثية أحدهما يبحث في الصحيفة والآخر يبحث في الشبكة بصفة عامة، أما صحيفة الأهرام فقد قدمت محركاً بحثياً بسيط الشكل فعال الأداء؛ فقد استخدمته في البحث بين موضوعات وأبواب الصحيفة وفقاً للفترة الزمنية التي يحددها المستخدم، في حين استخدمت صحيفة النيويورك تايمز نوعين للبحث أحدهما بسيط، والآخر متقدم.

قد طرحت الصحف الإلكترونية عينة الدراسة نوعين للأرشفة، أحدهما خاص بالصحف المصرية، والآخر خاص بالصحف الأمريكية؛ فقد قدمت الأهرام والجمهورية أرشيف الأعداد وفقاً لترتيب الزمني الذي يبدأ من ١٩٩٨/١/١ بالنسبة لجريدة الأهرام، والذي يبدأ من ٢٠٠٢/١/١ بالنسبة لصحيفة الجمهورية، أما النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فلم يقدمتا الأسلوب الزمني بالنسبة لأرشيف الموقع إنما اعتمدتا علي الأرشيف الموضوعي بالنسبة لأخبارها وموضوعاتها لأنها تقوم بتحديث الموقع بشكل مستمر علي مدار اليوم مما يصعب معه تقديم ترتيب زمني للأعداد.

لم تقدم الصحف المصرية خريطة لموقعها علي الإنترنت ، أما النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد قدما خريطة لموقعيهما تسهل علي المستخدم الوصول إلي الموضوعات والخدمات التي تقدمها الصحيفة علي موقعها بدقة وسر .

المبحث الثالث

مقياس التفاعلية

في إطار الدراسة التقويمية التي ترنو إلي إصلاح عيوب الإخراج الإلكتروني في الصحف الإلكترونية عينه الدراسة؛ فلا بد أولاً من طرح نقائص هذه الصحف المتمثلة في عدم إفادتها من تفاعلية تكنولوجيا الإنترنت، وذلك وفقاً لمقياس التفاعلية الذي يقيس مدى إفادة الصحف الإلكترونية من العناصر البنائية التفاعلية وغير التفاعلية الموجودة على الإنترنت والتي تسهم في تفاعل المستخدم مع الشكل والمضمون المقدم له من زاوية، والتعامل مع المحررين والمستخدمين الآخرين للصحيفة من زاوية أخرى.

ومن ثمة تعتمد هذه الدراسة على مقياس كاري هير للتفاعلية ذي الأبعاد الستة^(*)، ويرجع اختيار الباحث لمقياس كاري هير دون غيره إلي مجموعة من الأسباب هي:

- ١- يُعد مقياس هير من أوائل المقاييس التي قاست تفاعلية الصحف الإلكترونية على الإنترنت.
- ٢- إن المقاييس الأخرى لم تُضف كثيراً إلي مقياس كاري هير، فعلى الرغم من تقديم كثير من الباحثين لمقاييس مغايرة لمقياس كاري هير إلا أن هذه المقاييس مختلفة في الألفاظ لا في عناصر المقياس الفعلية.
- ٣- عدم دقة المقاييس الأخرى من ناحية التكميم، فبعضها يمزج بين الكم والكيف، علاوة على تجاهلها لبعض الأبعاد الواردة في مقياس كاري هير.
- علي الرغم من المزايا السابقة إلا أن الباحث لم يأخذ بمقياس كاري هير على علته، بل أجري عليه بعض التعديلات والتتقيحات والإضافات لينتظم مع المستحدثات التكنولوجية في هذه الفترة الطويلة الممتدة من عام ١٩٨٩، حتى كتابة هذه السطور.

(*) الأبعاد الستة للتفاعلية : ١- تعقيد الاختيار. ٢- المجهودات المبذولة من قبل المستخدم. ٣- الاستجابة للمستخدم. ٤- تسهيل الاتصال الشخصي. ٥- سهولة إضافة المادة. ٦- مراقبة نظام المستخدم. للمزيد من التفصيل حول أبعاد كاري هير للتفاعلية أنظر الملحق الأول، من الفصل الثالث.

أولاً: إجراءات المقياس:

يقوم مقياس كاري هير بإعطاء قيمة تتراوح بين صفر وثلاثة لكل بُعد من الأبعاد الستة السابقة بحيث يكون الإجماع الذي يمثله عشرة قيمة ؛ ويعني وصول الصحيفة إلى القيمة صفر انتفاء التفاعلية ، في حين يعني وصولها إلى القيمة ثلاث وصولها إلى أعلى مستوى للتفاعلية في كل بُعد من الأبعاد الستة .

قد أجري الباحث مجموعة من التغيرات والإضافات على مقياس هير انصبت على ثلاثة محاور كما يلي :

المحور الأول: سرعة الحصول على المعلومات:

أضاف الباحث إلى أبعاد كاري هير الستة بعداً جديداً يتمثل في سرعة الحصول على المعلومات ، ويتناول هذا البعد الجديد سرعة حصول المستخدم على المعلومات ؛ فمن خلال هذا البعد يتم الدمج بين تكنولوجيا الإنترنت وتكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية المتمثلة في التليفون المحمول (الموبايل) ، كما يتم استخدام تقنية تحديث الموقع [Updating] لجلب المعلومات بصورة فورية إلى المستخدم ، إضافة إلى الفئتين السابقتين هنالك تقنية تقديم الأخبار والمعلومات والخدمات وفق الطلب .

المحور الثاني: استخدام بعض الفئات:

أضاف الباحث بعض الفئات للأبعاد الستة وضعتها كاري هير نظراً للتقدم التكنولوجي الذي استحدث فئات معينة وطرح بعض الفئات خارج الدراسة لعدم أهميتها في ظل التطور التكنولوجي الراهن ؛ فعندما طرحت كاري هير أبعادها لم تكن هناك تقنية نقل المعلومات من الإنترنت إلى الهاتف الجوال (الموبايل) وعلى الجانب الآخر ، فقد استغنت معظم الصحف عن تقنية العداد الإلكتروني للمستخدمين .

المحور الثالث: قيمة المقياس

تسارح المقياس الذي بناه الباحث بين القيم (٠ و٤) و (٠ و٣) و (٠ و٦) ، وللوصول إلى دقة المقياس يستخدم الباحث النسب المئوية والمتوسطات الحسابية لضبط المقياس بين الأبعاد الستة للتفاعلية ، فمن غير المقبول منطقياً ثبات هذه الأبعاد بين قيمتي (٠ و٣) ، كما فعلت كاري هير ؛ فهذا الإجراء يمثل عائقاً منهجياً يتمثل في

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
 تحميل بعض الأبعاد أكثر مما يحتمل ، بالإضافة إلى تغير القيمة النسبية لكل بُعد ؛
 فبعض الأبعاد لها قيمة نسبية أعلى من البعض الأخرى ؛ فعلى سبيل المثال : يشكل
 بُعد تعقيد الخيارات قيمة نسبية أعلى من مراقبة النظام ؛ فتعقيد الخيارات يقدم
 للمستخدم بدائل متعددة تفيده في الحصول على كمية كبيرة من المعلومات ؛ بيد أن
 مراقبة النظام لا تحقق هذه الميزة ولكنها تقيّد الصحيفة أكثر من المستخدم فتتيح لها
 معرفة عدد المستخدمين .

ثانياً: أبعاد المقياس:

وعليه يمكن تقديم سبعة أبعاد لمقياس التفاعلية هي :

(أ) بُعد تعقيد الخيارات / تعدد الخيارات:

يقصد بهذا بُعد تعقيد الخيارات (تعدد الخيارات) تقديم أكثر من بديل للمستخدم
 يمكنه من الحصول على المعلومات وعدم قصر تلك البدائل على معلومات قسرية تجبر
 المستخدم على سلوك مسار محدد سلفاً للحصول على المعلومات

لهذا اشتمل هذا البعد عند كاري هيرز على : اختيار اللغة ، وسرعة الاتصال ،
 وتواجد الإطارات 'Frame' من عدمه ، ومحركات البحث ، وبروز القصص
 الإخبارية في الصفحة ؛ إلا أن هذه الفئات بعضها غير قابل للعد والرصد والتكميم مثل
 بروز القصص الإخبارية وتقديم الإطارات في الصفحة(*) ، وقد استغني عن بعض
 تلك الفئات بفئات أخرى ، فقد قدم الباحث تعدد لغات الترجمة ، واللغات الحية ،
 ومحركات البحث ، والأرشيف ، والوسائط المتعددة ، والوسائط الفائقة ، وقد تم
 تقسيم هذا البعد إلى فئتين كبيرتين لكبر حجمهما وهما ما يوضحهما الجداول التالية :

(*) أثبتت دراسات عدة عدم جدوى الإطارات في الصفحة بل رأيت أنها تعد عائقاً أمام القارئ، للتفصيل
 يرجى النظر إلى البحث الثاني من الفصل الثاني من الدراسة .

جدول (٢٥) يوضح إجمالي تطبيق الفهارس.

المجموع الكلي			
الصحف	المجموع الكل	المجموع الكل	المجموع الكل
الأهرام	٪٤٦,٦٥	٪٤٣,٣	٪٥٠
الجمهورية	٪٣٧,٠٥	٪٣٦,٦	٪٣٧,٥٠
التحرير تاييز	٪٧٣,١٣	٪٩٠	٪٥٦,٢٥
اليو أس آيه توداي	٪٧٠	٪٩٠	٪٥٠

(١) تعدد لغات البرمجة:

تسهم لغات البرمجة بما تحتوي عليه من إمكانيات في توفير الكثير من البدائل أمام المستخدم؛ فعلى سبيل المثال يمكن من خلال استخدام لغة جافا سكرت "JavaScript" أن يغير المستخدم في نوع الخط ولونه وحجمه ، ويمكن أن يغير لون خلفيات الصفحة التي أمامه (الخلفية الرئيسية للصفحة ، وخلفيات النصوص والعناوين) ، وعلى هذا الأساس فقد أعطي الباحث قيمة تتراوح بين (١ و ٤) لهذه الفئة ؛ فكل لغة من لغات البرمجة تأخذ قيمة (١) ويعني وصول الصحيفة إلى القيمة (٤) في المقياس وصولها إلى أقصى تفاعلية بالنسبة للغات البرمجة .

يتضح من جدول (١) أن الصحف الأربع قد تساوت في استخدامها للغات البرمجة في صفحة بدتها ؛ فقد استخدمت لغة أنثر تسي إم إل "HTML" ولغة جافا سكرت "JavaScript" ولم تستخدم لغة "Java" أو لغة فيجول بيسك سكرت "VBScript" ؛ وربما يرجع ذلك إلى أحد الأسباب التالية أو إليها مجتمعة ، أولها : أن لغة فيجول بيسك سكرت "VBScript" مشابهة من حيث الاستخدام للغة جافا سكرت "JavaScript" من حيث الإمكانيات ، ثانيها : يمكن اختراق المواقع التي تحتوي على لغة جافا "Java" أو لغة فيجول بيسك "Visual basi" أسر من المواقع التي لا تحتوي على هاتين اللغتين ، ثالثها : صعوبة استخدام لغة جافا لاحتياجها إلى كوادز مدربة على مستوى عال .

(٢) معامل البحث:

يعطي المقياس قيمة (١) للبحث داخل العدد، وقيمة (١) للبحث في الأعداد السابقة ككل، وقيمة (١) للبحث داخل تقسيمات الصحيفة (مثل الأخبار، والموضوعات، والمقالات)، وقيمة (١) للبحث داخل الشبكة عن معلومات إضافية حول الموضوع المراد البحث عنه. ويعني وصول الصحيفة إلى القيمة ٤ في المقياس وصولها إلى أقصى تفاعلية بالنسبة لاستخدام معامل البحث.

يلاحظ علي معامل البحث أن صحيفة الجمهورية لم تستخدم أي من الطرق السابقة لكي تمنح المستخدم أي خيار للوصول إلى المعلومات، ومن ثمة فقد وصلت الصحيفة إلى أدنى مستوى من التفاعلية بنسبة قدرها صفر٪، بينما حصلت صحيفة النيويورك تايمز علي أعلى تفاعلية بالنسبة لاستخدامها لمحركات البحث فقد وصلت نسبة استخدامها إلى ٧٥٪ والمتثلة في البحث داخل العدد، والبحث الشهري والسبوعي، والبحث في تقسيمات الصحيفة، والبحث في الأعداد السابقة بصفة عامة.

في حين تساوت صحيفتا الأهرام واليو أس آيه توداي في نسبة استخدامهما لمحركات البحث، والتي وصلتا إلى ٥٠٪، إلا أنهما اختلفتا في جوانبها؛ فقد استخدمت صحيفة اليو أس آيه توداي البحث داخل الشبكة عوضاً عن البحث الشهري داخل الصحيفة، وبعد هذا الإجراء من الإجراءات المهمة من وجهة نظرنا التي لجأت إليها صحيفة اليو أس آيه توداي لكي تجعل أمام المستخدم خيارات معلوماتية بديلة عن المعلومات الصحيفة.

(٣) الأرضة:

يعطي المقياس قيمة ١ للوصول إلى الأعداد السابقة من الصحيفة، وقيمة (١) للوصول إلى تقسيمات الأخبار، وقيمة (١) لتقسيمات الأبواب، وقيمة (١) لخريطة الصحيفة؛ ويعني وصول الصحيفة إلى القيمة ٤ في المقياس وصولها إلى أقصى تفاعلية بالنسبة لاستخدام الأرضة.

يلاحظ من جدول (أ) السابق أن صحيفتي الأهرام والجمهورية قد وصلتا إلى القيمة (٣) فهما يحتويان علي تقسيمات الأبواب والأخبار والأعداد السابقة من

إخراج الصحف الإلكترونية ^(٥) ، وعلي الطرف الآخر ، فقد حصلت كلا من صحيفة النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي إلى القيمة (٤) ، فهما يحتويان علي تقسيمات الأبواب والأخبار وخريطة الموقع ، والأعداد السابقة للصحيفة .

يتضح من الجدول أن صحيفتي الجمهورية والأهرام لم تستخدم خريطة الموقع ، ولكنهما قدمتا الأعداد السابقة من الصحيفة ؛ وربما يرجع عدم استخدام الصحيفتين خريطة الموقع نظرا لطرحها تقسيمات الصحيفة كلها في صفحة بدتها .

(٤) اللغات الشبكية:

تمثل اللغات الشبكية عصب تعدد الخيارات ؛ فالقارئ عادة ما يبحث عن لغة بلده داخل الشبكة لسهولة الحصول علي المعلومات من زاوية ، وسهولة التعامل معها من زاوية أخرى .

ومن ثم فقد طرح الباحث أكثر اللغات شيوعاً كوضع افتراضي يجب مراعاته عند تصميم الصحيفة ؛ فقد أعطي المقياس اللغة الإنجليزية قيمة ١ ، والفرنسية قيمة ١ والألمانية قيمة ١ ، والعربية قيمة ١ ، ويعني وصول الصحيفة إلى القيمة ٤ وصولها إلى أعلى إفادة من تعدد لغات .

غير أنه يتضح من جدول (١) أن الصحف الأربع لم تفد من هذه الميزة فقد قدمت كل صحيفة لغة بلدها فقط ولم تراعي التنوع اللغوي لمستخدمي الإنترنت ؛ فالإنترنت تصل إلي كل بلدان العالم تقريباً لذا فهي تضم تنوعاً لغوياً متعددًا ، فالصحف المصرية بهذا الشكل تحرم من لم يجيد اللغة العربية أن يتعرف علي موادها ، وكذلك الصحف الأمريكية تحرم من لم يجيد اللغة الإنجليزية في التعرف علي ما تنشره الصحيفة متناسين تنوع المستخدمين وتنوع مستواهم اللغوي .

(٥) تختلف الأعداد السابقة في الصحف المصرية عن نظيراتها الأمريكية ؛ فالصحف المصرية تحتوي علي الأعداد السابقة كما هي منشورة في الصحف الورقية دون الإفادة من التحديث الفوري للصحيفة ، وعلي هذا الأساس فإن الصحف المصرية تحتفظ بأعدادها السابقة بشكل تاريخي وفقاً لتاريخ اليوم ، بينما تحتفظ الصحف الأمريكية علي هذه الأعداد بشكل موضوعي .

تقدم الوسائط المتعددة للمستخدم بدائل معلوماتية؛ فهي تتيح أمامه المضمون المرئي والمضمون المسموع، والمضمون المسموع المرئي لاختيار النوع الذي يناسبه منها هذا من زاوية، ومن زاوية أخرى؛ فإن البدائل المعلوماتية تُسهل للصحيفة التأكيد على واقعية الموضوع المطروح من خلال تقديمه بتجسيده المكاني والزمني الذي يجعل المستخدم يتعايش معه وكأنه من صانعيه.

وعلى هذا الأساس فقد أعطى المقياس لكل من المضمون المرئي والمسموع والمرئي المسموع قيمة (١)، ويعني وصول الصحيفة إلى قيمة ٣ وصولها إلى أقصى تفاعلية بخصوص هذه الفئة، ومن خلال جدول (ب) يتضح أن صحيفة الجمهورية وصلت إلى أدنى تفاعلية في استخدامها للوسائط الفائقة فهي لم تستخدم سوى الرسوم المتحركة، أما صحيفة الأهرام فقد وصلت إلى قيمة متوسطة وهي درجتان، في حين وصلت صحيفة النيويورك تايمز واليو أس آيه إلى أعلى تفاعلية بالنسبة لهذه الفئة وهي ثلاث درجات.

(٦) الوسائط الفائقة:

تتيح الوسائط الفائقة (النص الفائق) للمستخدم حرية الحركة داخل النص، فالنص الفائق يسمح للمستخدم بالولوج في إحداثيات الفعل الثلاث: الزمان والمكان والحدث، فمن خلال النص الفائق يمكن أن يختار المستخدم التسلسل التاريخي للحدث أو القضية المعروضة، كما يمكن أن يختار البديل المكاني لأحداث القصة، ويمكن أن يدخل إلى الوقائع ذاتها من خلال اختيار البديل الحدتي. كما يتيح له النص الفائق المزج بين أكثر من إحداثي في مطالعته للقصة الإخبارية.

وعلى هذا الأساس فقد قدم هذا المقياس تصورات للمسارات التي يمكن أن يسلكها المستخدم في معاملته مع روابط [Links] الصحيفة المقدمة له، وأعطى المقياس لكل تصور ممكن قيمة واحدة لتصل قيمة المقياس بخصوص هذه الفئة إلى خمس درجات، وصلت إفادة صحيفة الأهرام منها إلى أدنى مستوى إذ لم تقدم سوى بديلاً واحداً فقط هو النص الفائق الداخلي^(*) بنسبة قدرها ٢٠٪، أما صحيفة الجمهورية

(*) للمزيد حول أشكال وأنواع النص الفائق يرجى الانتقال إلى البحث الثاني من الفصل الأول.

إفراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
 فقد قدمت بديلين هما النص الفائق الداخلي والمحلي بنسبة قدرها ٤٠٪، في حين قدمت كل من النيويورك تايمز واليو أس آيه توادي أربعة بدائل هي النص الفائق الداخلي والخارجي والمحلي والقوي الفاعلة بنسبة قدرها ٨٠٪.

(ب) بُعد سهولة الاتصال الشخصي:

يقصد بسهولة الاتصال الشخصي مقدار استخدام الوسائل التي يستطيع أن يتواصل من خلالها المستخدم مع الصحيفة الإلكترونية والعاملين بها، علاوة على تواصله مع المستخدمين الآخرين الذين يستخدموا تلك الصحيفة، وقد طرحت كاري في هذا البعد ثلاث فئات هي: حجر الثروة، وجامعات المناقشة [Discussion Groups]، والبريد الإلكتروني، غير أننا استعصنا عن جامعات المناقشة بالمنتديات، وعليه فإن سهولة الاتصال الشخصي تتضمن البريد الإلكتروني وحجر الثروة والمنتديات، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

النسبة الكلية	المنتديات	حجر الثروة	البريد الإلكتروني	البعد الصحيفة
١٣,٣٪	-	-	٤٠٪	الأهرام
١٣,٣٪	-	-	٤٠٪	الجمهورية
٥٣,٣٪	١٠٠٪	-	٦٠٪	النيويورك تايمز
٥٣,٣٪	١٠٠٪	-	٦٠٪	اليو إس إيه توادي

جدول (٣٦) يوضح بُعد سهولة الاتصال الشخصي

(١) البريد الإلكتروني:

نظراً لأهمية البريد الإلكتروني وسهولة استخدامه وتمتعه بميزة عدم التزامية والتي تضيف إلى الوقت الذي يقضيه المستخدم أمام الشاشة وقتاً إضافياً يتيح له التواصل مع الآخرين الذين لا يتواجدون في تلك اللحظة أمام الشاشة، وينقل الطريقة بأن البريد الإلكتروني يتيح للآخرين التواصل مع المستخدم عند مغادرته شاشة الكمبيوتر أو بقاءه في موقع آخر من مواقع الشبكة، وعليه فقد تم تقسيم البريد الإلكتروني إلى خمسة

إخراج الصحف الإلكترونية

أنواع^(*) - والتي سبق ذكرها في البحث السابق - وقد أفادت منها الصحف الدراسة علي النحو التالي:

فقد استخدمت صحيفتا الأهرام والجمهورية نوعين من البريد الإلكتروني هما البريد الخاص بالصحيفة وعمل بريد للمستخدم بنسبة قدرها ٤٠٪، وعلي الطرف الآخر، فقد استخدمتا صحيفتا النيويورك تايمز واليو إس إيه نوداي ثلاثة أنواع هي: البريد الخاص بالصحيفة، والبريد الخاص بالمحررين، والبريد الخاص بمواقع خدمة بنسبة إجمالية قدرها ٦٠٪ لكل صحيفة.

(٢) المتطلبات:

تعتمد المتطلبات ساحة للحوار الفعال بين المستخدمين بعضهم البعض، وبين المستخدمين والمحررين، وبين المحررين بعضهم البعض؛ فهم من خلال المتطلبات يتبادلون الأفكار والآراء والمعلومات حول موضوع محدد سلفاً، إلا أن الصحف المصرية لم تمر هذا النوع أي اهتمام وبناء عليه فإن نسبة استخدامها للمتطلبات وصلت صفر٪.

أما الصحف الأمريكية فقد توسعت في استخدام المتطلبات ووصلت نسبة استخدامها إلي ١٠٠٪، إلا أنها اختلفت في طريقة استخدامها للمتطلبات؛ فقد قدمت صحيفة النيويورك تايمز متطلبات في موضوعات شتى في كل مناحي الحياة تقريباً بشكل يسمح بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل لكي يصبح المرسل مستقبلاً والمستقبل مرسلًا، ولا تتيح الفرصة لأحد الطرفين أن يستأثر بالحوار علي حساب الطرف الآخر، أما صحيفة اليو إس إيه فتقدم للمستخدم شخصية مشهورة قد تكون سياسية أو فنية أو رياضية... الخ ليرسل المستخدم ما يريد أن يطرحه من أسئلة تتعلق بمجال تخصص هذه الشخصية، ثم تجيب هذه الشخصية علي المستخدمين بشكل يجعل الإجابة تظهر لكل المستخدمين الآخرين علي الشاشة، غير أن ما يعيب هذا النوع أنه أحادي الاتجاه؛ فهو لا يسمح بتبادل الآراء، فشخصاً واحداً هو الذي يدير عجلة الحوار بين مجموعة من الأشخاص.

(*) أنواع البريد الإلكتروني: ١- بريد خاص بالصحيفة. ٢- بريد خاص بالمحررين. ٣- بريد خاص بالقوي القاعلة. ٤- عمل بريد للمستخدم. ٥- بريد خاص بالمواقع الخدمية.

(٢) هجر الثروة:

تتميز حجر الثروة بأنها شكل من أشكال الاتصال المباشر الذي يكون فيه المستخدمون متواجدين فيزيائياً في نفس التوقيت أمام شاشة الكمبيوتر، فمن خلال حجر الثروة قد يشعر المستخدم بالآلفة وحمية الاتصال؛ فالاتصال قد يأخذ شكل الحروف المكتوبة علي الشاشة أو الصوت البشري.

يمكن أن يفيد هذا النوع الصحيفة في تواصل القراء مع بعضهم البعض من خلال موقع الصحيفة وينسج هذا النوع إمكانية دخول المحررين كطرف اتصال فعال مع المستخدمين لكي يوضحوا تفاصيل الأخبار أو الموضوعات التي تطرحها الصحيفة، أو يبرروا تبني الصحيفة لوجهة نظر معينة؛ فعلى الرغم من الأهمية التي تحظى بها حجر الثروة إلا أن الصحف الأربع عينة الدراسة لم تقدم منها ووصلت نسبها استخدامها إلي صفر %.

يتضح من عرض بُعد سهولة الاتصال الشخصي أن الصحف المصرية لم توسع في استخدام هذا البعد إنما اكتفت فقط باستخدام البريد الإلكتروني في أضيق حدوده وبشكل مبتور، فقد وصلت نسبة استخدامها لهذا البعد نسبة إجمالية حوالي ١٣,٣ %، فهي لم تقدم المنتديات أو حجر الثروة.

أما الصحف الأمريكية فقد توسعت في استخدامها لبُعد الاتصال الشخصي ولم تكف بتقديم البريد الإلكتروني ولكنها طرحت بجواره المنتديات كوسيلة اتصال شخصي مساعدة للبريد الإلكتروني فقد وصلت نسبة استخدامها لهذا البعد حوالي ٥٣,٣ %، فهي لم تستخدم حجر الثروة كوسيلة اتصال شخصي.

(ج) بُعد الاستجابة للمستخدم:

يقصد بالاستجابة للمستخدم إجابة موقع الصحيفة علي تساؤلات واستفسارات المستخدم سواء أكانت بالوسائل البشرية مثل: الرد علي رسائل البريد الإلكتروني ووسائل الاتصال الشخصي الأخرى أم بالوسيط الإلكتروني.

الصحيفة	الإجابة البشرية الإلكترونية	الإحالة إلى الوسيط التكنولوجي	المساعدة	الإجابة على الأسئلة الفورية	المجموع	النسبة
الأهرام	-	-	-	-	-	-
الأخبار	-	-	-	-	-	-
النيويورك تايمز	١	١	١	١	٤	٪١٠٠
يسو أس آية تودي	-	١	١	١	٣	٪٧٥

جدول [٢٧] يوضح: بعد الاستجابة للمستخدم

يشتمل هذا البعد عند كاري علي وسائل الرد علي أسئلة المستخدم وتتضمن :
 برمجيات المساعدة ، والتعليمات ، ورسائل الخطأ الإلكتروني [Error Message] ،
 غير أن الباحث قسم فئات هذا البعد إلي أربع فئات ، أولها : الإجابة علي البريد الإلكتروني بالشكل البشري ويقصد بها الإجابة من قبل الصحيفة أو القارئ عليها
 علي أسئلة المستخدمين مباشرة ، ثانيها : الإحالة إلي الوسيط الإلكتروني ويتم فيه إحالة الأسئلة الموجهة من قبل المستخدم إلي قاعدة البيانات التي تتولى الرد علي المستخدمين تمدهم بالرد في أقرب فرصة علي تساؤلاتهم ، ثالثها : المساعدة ويقصد بها تقديم المعلومات المتعلقة بالموقع علي صورة محرك بحثي يضع فيها المستخدم تساؤلاته ثم يتولى المحرك البحثي الرد عليه مباشرة من خلال بنوك المعلومات المتوفرة لديها ، رابعاً : الإجابة علي الأسئلة الفورية ويتم فيها إدراج الأسئلة التي تتكرر من قبل العديد من المستخدمين مثل طريقة الاشتراك في الصحيفة ، وكيفية الإعلان .

وقد أعطيت المقياس قيمة واحدة لكل فئة من فئات الاستجابة للمستخدم ويعني حصول الصحيفة علي أربع قيم وصولها إلي أقصى تفاعلية خاصة بهذا البعد ، ويعني حصولها علي قيمة صفر انقضاء التفاعلية الخاصة بهذا البعد .

وتم قياس هذا البعد عن طريق إرسال مجموعة من الأسئلة عبر البريد الإلكتروني

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

للتك الصحف لقياس مدى تفاعلها مع المستخدم ومدى استجابتها لاستفساراته وتساؤلاته، فلم ترد كل من الأهرام والجمهورية علي تلك الأسئلة، في حين أجابت صحيفة اليو إس إيه توداي بالطريقة الإلكترونية تعد بالرد في أقرب فرصة لكنها لم تحب بعد ذلك، أما صحيفة النيويورك تايمز فقد أجابت بالطريقة الإلكترونية تعد بالرد، ثم أرسلت الرد علي تلك الأسئلة بالطريقة البشرية.

وعليه يتضح عدم إفادة صحيفتي الأهرام والجمهورية من بُعد الاستجابة للمستخدم؛ فقد حصلت كل صحيفة منهما علي قيمة قدرها صفر٪، أما الصحيفتان الأمريكيتان فقد أفادتتا من هذا البعد بصورة كبيرة؛ فقد حصلت صحيفة النيويورك تايمز علي نسبة قدرها ١٠٠٪، أما اليو إس إيه توداي فقد حصلت علي نسبة قدرها ٧٥٪.

٥) سهولة إضافة المعلومات:

تتبع أهمية إضافة المعلومات من كونها أداة للتعبير عن أفكار المستخدم واتجاهاته ورغباته؛ فهي الباب الشرعي الذي يتيح للمستخدم التعبير عن آراءه بحرية تشعره بأنه فرد داخل مجموعة متناقمة الأفكار تجتمع حول هدف واحد؛ فمن خلال الاستفتاءات يستطيع المستخدم أن يعبر بحرية كاملة عن اتجاهاته حول موضوع للمناقشة، ويشعر بالألفة من خلال إضافة بياناته الشخصية، كما يشعر بأنه فرد ذو قيمة من خلال إضافة إسهاماته التي قد تصل إلي غيره من المستخدمين.

وقد تطرقت كاري في هذا البعد إلي الطرق التي يمكن أن تسلكها الصحف الإلكترونية جاعلة من المستخدم محرراً وكاتباً؛ ومن هذه المسالك تقديم الهوايات والاهتمامات الخاصة للمستخدمين، وإعلانات الميلاد والزواج والوفاة وعروض أفلام السينما.

وقد قسم الباحث فئات هذا البعد إلي أربع فئات رئيسية، كما هو موضح في الجدول التالي، ونظراً لثباين هذه الفئات في فئاتها الفرعية فقد قام الباحث باستخدام النسب المئوية والمتوسطات الحسابية لضبط الفئات الأربع وهي كما يوضحها الجدول التالي:

جنول [٢٨] بوضوح : بعد سهولة إضافة المعطومات

[illegible]

(١) الاستفتاءات [سوح الرأي العام]:

هي التي تسمح للصحيفة بالحصول علي آراء المستخدمين تجاه موضوع من الموضوعات العامة، وتنضم هذه الفئة خمس فئات فرعية من الاستفتاءات هي: الاستفتاءات السياسية والاقتصادية، والنفسية، والاجتماعية والدينية، والرياضية والفنية، وتعد هذه الفئات الخمس أكثر الفئات انتشاراً؛ وتأخذ كل فئة من هذه الفئات قيمة (١)؛ ويعني وصول الصحيفة إلي القيمة (٥) وصولها إلي أقصى تفاعلية، بينما يعني حصول الصحيفة علي صفر انتفاء التفاعلية من هذه الفئة.

يتضح من الجدول السابق أن صحيفة الجمهورية فقط هي التي أفادت من هذا الفئة إضافة جزئية فقد وصلت نسبة استخدامها لهذه الفئة ٢٠٪ فقط؛ فهي لم تستخدمها إلا في الاستفتاءات الرياضية فقط، بيد أنه يؤخذ علي الاستفتاء الرياضي الذي قدمته صحيفة الجمهورية - من يفوز بالدور - أنه ظل منشوراً حتى بعد انتهاء الدوري العام في مصر، مما يدل علي استخدامها الشكلي لهذا النوع من الاستفتاءات فهي لم تقد من نتائجه ولم تضع استفتاء آخر بعد انتهائه.

وعلي الرغم من سخونة أحداث عام ٢٠٠٢ وتقديم الصحف الإلكترونية الأربع لقضايا خلافية تحتاج إلي طرح وجهات نظر المستخدمين حيالها إلا أنها لم تستمر الاستفتاءات السياسية، وتنوع أهمية هذا الفئة في كونها تعبيراً عن اتجاهات الرأي العام.

(٢) إضافة المعلومات الشخصية:

تنضم هذه الفئة المعلومات المتعلقة بالمستخدم نفسه، وتتضمن ثلاث فئات فرعية هي: إعلانات الميلاد، والأفراح والزواج، والتعازي والمواساة، وتأخذ كل فئة من تلك الفئات قيمة (١)؛ ويعني وصول الصحيفة إلي القيمة (٣) وصولها إلي أقصى تفاعلية، ويفيد هذا النوع في توثيق العلاقة بين الصحيفة ومستخدميها حين يري أنها تعطي معلوماته الشخصية أهمية عالمية؛ وذلك من خلال نشر صور أفراحه وميلاده أطفاله ومشاعره أحرانه في ركن خاص بالمستخدم.

يتضح من الجدول السابق أن صحيفة الأهرام هي الوحيدة التي أعطت فئة المعلومات الشخصية اهتماماً جزئياً من خلال نشرها للوفيات (التعازي والمواساة)

إخراج الصحف الإلكترونية
حاصلة علي نسبة قدرها ٣, ٣٣٪ من إجمالي هذه الفئة + فهي لم تنشر أعياد الميلاد والزواج والأفراح ، أما بقية صحف الدراسة فلم تعر هذا البعد اهتماما .

(٣) المساهمات:

يمكن تقسيم المعلومات بصفة عامة إلي ثلاثة أنواع أولها : المساهمات الإخبارية : وهي التي تتضمن المعلومات التي لا يعلمها المستخدم سواء أكانت معلومات تتضمن الحاضر أو المستقبل ، ثانياها : المساهمات التاريخية ، وهي التي تتناول حدث تاريخي ، ثالثها : مواد الرأي وهي التي تتضمن معلومات تتعلق بالمادة الفكرية والتي لا يمكن أن تكون مواد إخبار .

يتبين من الجدول السابق أن صحيفة النيويورك تايمز أولت مساهمات القراء أهمية عالية ، فهي تسمح لمستخدميها بالاتصال بحريتها سواء أكان ذلك في النواحي السياسية أم الرياضية أم شئون التعليم والصحة للتعليق علي الأخبار ، وكذلك تنجح صحيفة البيو إس إيه توداي لقراءتها نفس الميزة ، لذا فقد حصلت كل صحيفة منهما علي نسبة قدرها ١٠٠٪ ، أما الصحف المصرية فلم تلق بالاً لمساهمات القراء فليست هناك قناة اتصال بين الصحيفة من جانب وقراءتها من جانب آخر لذا فقد حصلت علي نسبة قدرها ٠٪ .

(٤) دفتر الزوار Guest book:

يُقدم عادة في دفتر الزوار نوعان من البيانات : أحدها خاص بالصحيفة ويتناول انطباعات المستخدمين حيال شكلها ومضمونها ، والآخر خاص بالمستخدم يضع فيه بياناته الشخصية وهواياته وصورته ، غير أنه يتبين من الجدول السابق عدم اهتمام صحف الدراسة بصفة عامة بهذه الفئة مما نجم عنه حصول كل صحف الدراسة علي نسبة قدرها صفر٪ في هذه الفئة .

يتبين من العرض الإجمالي لهذا البعد تدني اهتمام صحف الدراسة بصفة عامة فلم تحصل صحف الدراسة في أعلي تفاعلية لها علي أكثر من ٢٥٪ متثلة في النيويورك تايمز والبيو إس إيه توداي ، أما الأهرام والجمهورية فقد حصلت علي المرتبة الأخيرة في اهتمامهما ببعد إضافة المعلومات فقد حصلت الأهرام علي نسبة قدرها ٣, ٨٪ أما الجمهورية فقد حصلت علي نسبة قدرها ٥٪ .

(و) سهولة الحصول على المعلومات (المجهودات المبذولة للحصول على المعلومات):

يقصد بسهولة الحصول على المعلومات المجهودات المبذولة من قبل المستخدم للحصول على المعلومات التي يريد ، وقد طرحت كاري هير في هذا البعد تصورها لسهولة الحصول على المعلومات ؛ قرأت أن المعلومات التي يتم الحصول عليها من ضغطة واحدة [Click] أفضل من تلك التي يتم الحصول عليها بضغطين [two clicks] ، والضغطتان أفضل من الثلاث ضغطات [Three clicks] .

وعليه فقد أعطي الباحث الضغطة الواحدة ثلاث قيم بنسبة مئوية قدرها ١٠٠٪ ، وأعطى الضغطين قيمتين بنسبة قدرها ٦٦ ، ٦٦٪ ، أما الثلاث ضغطات فأعطى الباحث قيمة واحدة قدرها ٣٣ ، ٣٣٪ ، كما قام الباحث بتقسيم المواد التي تقدمها الصحيحة إلى ثلاثة أنواع كما هي موضحة في الجدول التالي ، وقد جاء هذا التقسيم متوافقا مع وظائف الصحافة وهم كما يلي :

جدول [٢٩] يوضح: بعد سهولة الحصول على المعلومات

الصف	معلومات إخبارية					مواد رأي					معلومات عامة وخدمات					تسليمية				
	Click	Tow clicks	Three clicks	المعدل %	النسبة	Click	Tow clicks	Three clicks	المعدل %	النسبة	Click	Tow clicks	Three clicks	المعدل %	النسبة	Click	Dabclicks	Three clicks	المعدل %	النسبة
الأهرام	٢	-	-	١٠٠	%١١,٦٦	-	٢	-	%١١,٦٦	١١	٢	-	-	١٠٠	١١	٢	-	-	١٠٠	%١١,٦٦
الجمهورية	٢	-	-	١٠٠	%١٠,٠٠	-	-	-	%١٠,٠٠	١١	٢	-	-	١٠٠	١١	٢	-	-	١٠٠	%١١,٦٦
التحرير كليك	٢	-	-	١٠٠	%١١,٦٦	-	٢	-	%١٠,٠٠	١١	٢	-	-	١٠٠	١١	٢	-	-	١٠٠	%١١,٦٦
السيد ابن يسه	٢	-	-	١٠٠	%١١,٦٦	-	٢	-	%١١,٦٦	١١	٢	-	-	١٠٠	١١	٢	-	-	١٠٠	%١١,٦٦

(١) معلومات إخبارية:

تمثل هذا النوع في الأخبار والتقارير الإخبارية والقصص الإخبارية، وتتوافق المعلومات الإخبارية التي تقدمها الصحيفة مع وظيفة الإعلام؛ فالمعلومات الإخبارية هي التي تمسك المستخدم بالجديد من الأحداث سواء أكانت أحداثاً سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية، وسواء أكانت هذه الأحداث محلية أم عالمية، وقد حصلت كل صحيفة من الصحف الأربع على ١٠٠٪ في هذه الفئة، فالمعلومات الإخبارية كانت في صفحة بدء تلك الصحف ولا تتطلب من المستخدم سوي الضغط عليها ضغطة واحدة لكي يصل لتلك المعلومات.

(٢) مواد الرأي:

تتمثل هذه المواد في المقالات العمودية والتحليلية والافتتاحية والتقدية علاوة علي التحقيقات والأحاديث الصحفية، وتتطابق مواد الرأي مع وظائف التثقيف والإرشاد والتوجيه والإقناع، فهي تحتوي علي وجهات النظر المختلفة التي تمثل وجهة نظر الكاتب (المقال العمودي) ووجهة نظر الصحيفة، وجهات نظر الجمهور (التحقيقات)، ووجهات نظر الشخصيات العامة (الأحاديث الصحفية)، وقد حصلت صحيفة الجمهورية علي نسبة قدرها ١٠٠٪ في هذا البعد، فهي تقدم كل عناوينها في صفحة بدئها، أما بقية عينة الدراسة فحصلت علي نسبة قدرها ٦٦,٦٪ وهذا يعني أن وصول المستخدم إلي تلك المعلومات من خلال ضغطين بالفأرة.

(٣) معلومات عامة وشهائير:

يتقدم بالمعلومات العامة والخدمات؛ المعلومات التي يحتاج لها المستخدم بصفة مستمرة وهي أحوال البورصة، والتوظيف، ومواعيد القطارات والمطارات، والطقس، مواعيد الصلاة، وحديث في مثل ذلك اليوم، وتحقق المعلومات العامة وظيفته الإرشاد فضلاً عن تحقيقها لوظيفة الإعلام، وقد حصلت كل صحيفة علي نسبة قدرها ١٠٠٪ فمن خلال ضغطة واحدة يمكن أن يصل المستخدم إلي الخدمات التي تقدمها أي صحيفة من الصحف الأربع.

يقصد بالتسلية تقديم معلومات أو أحداث تضفي علي المشاهد جوًا من المرح والبهجة، وهي من أحد وظائف الإعلام، يتمثل هذا النوع في العديد من القنن منها: الكلمات المتقاطعة، والأبراج، والكاريكاتور، والتزاوج (طلب عروس أو عريس). وقد حصلت كل صحيفة علي نسبة ١٠٠٪، ولكن يجدر القول هنا إن الصحف الأربع اختلفت في طريقة تقديم التسلية من حيث الكم والكيف وذلك وفقا لسياسة الصحيفة.

يتضح من هذا البعد تفوق صحيفة الجمهورية، فقد حصلت علي نسبة قدرها ١٠٠٪ ويرجع ذلك لطرح كل موضوعاتها وعناوينها في صفحة بدتها، أما بقية صحف الدراسة فقد حصلت علي نسب متساوية في هذا البعد قدرها ٦٦ و ٩١٪.

(٣) مراقبة نظام الاستخدام:

يتم عادة مراقبة نظام المستخدم من خلال استخدام برمجيات التجسس أو برمجيات المراقبة والتتبع، ويمكن معرفة المستخدم من خلال استخدام بياناته التي سبق وأن سجلها من خلال تسجيل دخوله للموقع، وتلجأ الصحف إلي النوع الأخير (مراقبة المستخدم من خلال بياناته التي سجلها) وأضعه ما يسمى بالكعكة [Cookie] علي جهاز المستخدم مسجلة بها بيانات عن جهازه وبمجرد فتح المستخدم لموقع الصحيفة فإنه يتم مطابقة هذه الكعكة بما تحويه قاعدة البيانات من معلومات.

من خلال تقنية الكعك يستطيع المستخدم أن يسجل دخوله للصحيفة مرة واحدة ناركها للكعك مهمة فتح موقع الصحيفة دوغما اللجوء إلي إعادة كتابة الهوية Id وكلمة المرور.

يتيح نظام مراقبة المستخدم للصحيفة معرفة بعض البيانات التي يقدمها المستخدم، فهي تستطيع معرفة إذا ما كان المستخدم يتصل من مصر أو من خارجها، ومن أي جهة من مصر بالتحديد من خلال معرفة رقم الكمبيوتر، كما تتيح لها هذه التقنية التعرف علي الأوقات التي يقضيها المستخدم أمام جهاز الكمبيوتر سواء أكانت ليلا أم نهارا، وتتيح هذه التقنية إمكانية معرفة أي المعلومات التي يتعرض لها المستخدم والوقت الذي أستغرقه في الاطلاع عليها، وعلي هذا الأساس يمكن أن تكثر الصحيفة من المعلومات التي يردها القارئ وتقلل من المعلومات التي لا يريد.

وقد طرحت كازي في هذا البعد ثلاث فئات هي : الكتمك ، عداد الموقع Counter ، وتسجيل الدخول [Registration] ، غير أن الباحث قد طرح عداد الموقع جانباً ، وذلك لأن عداد الموقع غير عملي في مراقبة وإحصاء عدد المستخدمين ، فالعداد يعمل بطريقة آلية دونما تمييز بين المستخدمين ؛ فهو يقوم علي فكرة إضافة رقم واحد إلي العدد الذي بداخله عندما يفتح أي شخص الصحيفة التي يحتوي عليها العدد ، فإذا ما فتح مستخدم معين هذه الصحيفة مائة مرة في اليوم فأنها تضع له رقم مائة علي الرغم من كونه فرداً واحداً فقط ، فالعداد يفتقر إلي آلية التمييز بين المستخدمين^(*).

الصحيفة	البعد	الكتمك	تسجيل الدخول	الإجمالي
الأهرام	-	-	-	-
الجمهورية	-	-	-	-
النبيويورك تايمز	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
اليو إس إيه تواداي	%١٠٠	-	%٥٠	-

جدول [٢٠] يوضح: مراقبة نظام المستخدم

(١) تسجيل الدخول

لم تستخدم هذا النمط سوي صحيفة النيويورك تايمز ؛ فهي تفرض علي مستخدميها تسجيل بياناتهم الشخصية في أول مرة يحاول فيها المستخدم تصفح أي خبر في صفحة بدء الصحيفة ، ثم تقوم الصحيفة بعد ذلك باستئذان المستخدم في حفظ هويته وكلمة مروره علي جهازه ، فإذا ما عاود المستخدم فتح جهازه مرة أخرى لا يحتاج إلي إدخال هويته أو كلمة مروره ، لأن الصحيفة تقوم بفتح الصفحات التي يريدّها من الموقع مباشرة إذا ما ضغط علي روابطها ، علاوة علي ذلك فالصحيفة تضع هوية المستخدم في الركن الأيمن العلوي من الصحيفة ، كما تتيح للمستخدم تغيير هويته وكلمة مروره وبعض البيانات التي سبق وأن سجلها .

(*) علاوة علي ذلك فإن العداد قد يوهم المستخدم أن زوار هذا الموقع أكثرية متعددين عشرات الآلاف ، ولكنهم في واقع الأمر لا يتعدوا بضع آلاف .

استخدم هذا النمط كل من النيويورك تايمز واليو إس إيه توداي ، بيد أن الأهرام والجمهورية لم تستخدم هذا النمط ، وبذلك تحصل النيويورك تايمز واليو إس إيه علي نسبة قدرها ١٠٠٪ في المقابل لا تحصل الصحف المصرية علي شيء .

يتضح من الجدول السابق عدم استخدام الصحف المصرية لتقنية مراقبة نظام المستخدم ، فلم تطالب أيا من الصحفتين المستخدم بتسجيل دخوله ولم يثر الباحث من جهة أخرى تسجيلها لأي كملك علي جهاز الكمبيوتر ، أما صحيفة اليو أس إيه تضع لدي جهاز المستخدم كعكة تحتوي علي بيانات جهاز المستخدم وبذلك تحصل علي نسبة قدرها ٥٠٪ ، أما صحيفة النيويورك تايمز فترك كعكة علي جهاز المستخدم للتعرف عليه وعدم الحاجة لمطالبة المستخدم بتقديم كلمة المرور وهويته عند فتحه لصفحتهما ؛ فهي تعلم من خلال الكعكة أنه من مستخدميها ؛ وبذلك تحصل النيويورك تايمز علي نسبة قدرها ١٠٠٪ في بعد مراقبة المستخدم .

ج) بُعد سرعة الحصول علي المعلومات:

تمت إضافة هذا البعد إلي أبعاد كاري نظراً لعدم وجود تقنيات سرعة الحصول علي المعلومات أثناء وضعها لمقياسها إضافة إلي التطور التكنولوجي الذي حدث في البني التحتية والفوقية لشبكة المعلومات الذي نجم عنه ظهور آليات الربط الإلكتروني بين الإنترنت والوسائط الاتصالية الأخرى مثل شبكات التلفزيون والراديو والخدمات اللاسلكية مثل التلفزيون المحمول (الموبيل) ، ولواكبة التطور الهائل في تقنية سرعة الحصول علي المعلومات ؛ فقد تمت إضافة فئتين جديدتين هما : التحديث وتقديم المعلومات حسب الطلب .

ونظراً لثباين هذه القيم الثلاث في تقديمها للمعلومات فإن قياسها يتطلب معه عدم توحيد التعامل ويتم طرح قياس كل فئة وفقاً لما يناسب هذه الفئة ، ثم يتم ضبط هذا القياس من خلال المتوسطات الحسابية وهم كما يلي :

بدرجۃ التحصيل على المهارات ، جدول (٣١)

الصف	التحصيل			تقديم المهارات حسب الفئات				تقديم المهارات بطرق اللائقية				المجموع الإجمالي والنسبة	
	نوعي	وفق الإحداث	النسبة	إعلانية	خدمية	المجموع	النسبة	الموئل		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
الأولم	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	٣٣,٣	-	-	-	-	١	%١١,١
	-	-	-	-	-	-	%١٠٠	-	-	-	-	٧	%١٠٠
	-	-	-	-	-	-	%١٠٠	-	-	-	-	٧	%١٠٠
الجمهورية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	%١٠٠	-	-	-	-	٣	%١٠٠
	-	-	-	-	-	-	%١٠٠	-	-	-	-	٣	%١٠٠
	-	-	-	-	-	-	%١٠٠	-	-	-	-	٣	%١٠٠

(١) التحديث Updating:

يقصد بالتحديث تقديم المعلومات بصورة فورية تتناسب مع سرعة الأحداث وتلاحقها، ويأخذ هذا التحديث أحدي طريقتين، الأولى: التقديم الدوري للمعلومات وفقاً لفترة زمنية معينة بالنسبة للصحف اليومية يمكن أن تكون خلال ست ساعات يومياً ويأخذ هذا النوع قيمة واحدة والتي يمكن معايرتها بقيمة قدرها ٥٠ ٪، الثانية: التحديث المستمر وفقاً لورود الأحداث إلى الصحيفة بصورة فورية وتأخذ هذه الطريقة قيمتين وتتم معايرتهما بقيمة قدرها ١٠٠ ٪.

يتضح من الجدول السابق أن الصحف المصرية عينة الدراسة لم تقدم أخبارها لا بطريقة التحديث الدوري ولا بطريقة التحديث المستمر، أما الصحف الأمريكية عينة الدراسة فقد قدمت أخبارها بطريقة التحديث المستمر للموقع وفقاً لورود الإحداث للصحيفة وعليه فقد وصلت إلى القيمة القصوى للتحديث.

(٢) تقديم المعلومات حسب الطلب

يقصد بهذه الفئة تقديم المعلومات للمستخدم وفقاً لاختياره من بين مجموعة بدائل تطرحها الصحيفة عليه، ثم يتم إدراج خيارته هذه في قاعدة بيانات تتولى إرسال المعلومات التي سبق وأن اختارها إلى بريد الإلكتروني، وقد تم تقسيم هذه البدائل إلى ثلاثة بدائل رئيسية هي (إعلامية وخدمية وإعلانية) تضم بداخلها بدائل فرعية ولكننا آثرنا طرح البدائل الفرعية خارج المقياس لعدم تشعب المقياس، ويأخذ كل بديل من هذه البدائل قيمة واحدة بنسبة قدرها ٣٣,٣ ٪ ويعني وصول الصحيفة إلى القيمة ٣ وصولها إلى أقصى إفادة من هذه الفئة بنسبة قدرها ١٠٠ ٪.

يتضح من الجدول السابق أن صحيفة الأهرام هي الصحيفة الوحيدة التي لم تمر هذه الفئة أي انتباه، أما صحيفة الجمهورية فقد خرجت عن المؤلف في تقديمها لخدمة المعلومات حسب الطلب إذا طلبت من المستخدم إدخال بريده لكي ترسل له الصحيفة بمناوئين الأخبار متناسبة ضرورة تحديد رغبات المستخدم وبذلك حصلت على نسبة قدرها ٣٣,٣ ٪ من هذه الفئة، أما النيويورك تايمز واليوليس إيه توداي؛ فقد أولت البدائل الثلاثة اهتمامها؛ فقد حصلت كل منهما على القيمة ٣ بنسبة قدرها ١٠٠ ٪.

(٣) تقديم المعلومات بالطرق اللاسلكية:

يقصد بتقديم المعلومات بالطرق اللاسلكية توصيل المعلومات عن طريق التليفون المحمول، وتقيد هذه الطريقة المستخدم في معرفته للمعلومات سواء أكان متصلاً

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول
بالإنترنت أم لا ، بيد أنه لم تستخدم هذه التقنية سوى صحيفة اليو إس إيه توداي فقط
بنسبة قدرها ١٠٠٪.

يتضح من العرض السابق أن الصحف المصرية لم تفد من بعد سرعة توصيل
المعلومات علي الإطلاق ، لدرجة تجعل من الصحف الورقية متفوقة علي الصحف
الإلكترونية ؛ فالصحف الورقية لها طبعة أولى وثانية تحدث فيها المعلومات أما الأهرام
والجمهورية الإلكترونية لما تهتما بهذا البعد .

أما الصحف الأمريكية فقد اهتمت بهذا البعد بدرجة عالية فلم تكتف صحيفة
اليو إس إيه توداي بتوصيل المعلومات إلي بريد المستخدم وتحديث الموقع بل اعتمدت
علي الطرق اللاسلكية لتوصيل أخبارها إلي مستخدميها .

ثالثاً : المقياس العام :

جدول [٢٢] يوضح إجمالي مقياس تفاعلية الصحف الإلكترونية

الأيام	الأهرام	الجمهورية	التيوورك تايمز	يو إس إيه توداي
تعقد الخيارات	٤٦, ٦٥٪	٣٧, ٠٥٪	٧٣, ١٣٪	٧٠٪
الاستجابة للمستخدم	٠٪	٠٪	١٠٠٪	٧٥٪
تسهيل الاتصال الشخصي	١٣, ٣٪	١٣, ٣٪	٥٣, ٣٪	٥٣, ٣٪
سهولة إضافة المعلومات	٨, ٣٪	٥٪	٢٥٪	٢٥٪
مراقبة نظام المستخدم	٠٪	٠٪	١٠٠٪	٥٠٪
المجهودات المبذولة من قبل المستخدم	٩١, ٦٦٪	١٠٠٪	٩١, ٦٦٪	٩١, ٦٦٪
سرعة الحصول علي المعلومات	٠٪	١١, ١٪	١٠٠٪	١٠٠٪
متوسط التفاعلية	٢٢, ٨٥٪	٢٣, ٧٧٪	٧٧, ٥٧٪	٦٦, ٤٢٪

للحصول علي التفاعلية الكلية قام الباحث بقسمة النسب المئوية بعد إجمالها علي
عدد أبعاد التفاعلية ، وعليه فقد أوضح إجمالي التفاعلية تدني مستوي تفاعلية كل من
صحيفة الجمهورية والأهرام ؛ فقد وصلت نسبة تفاعلهم إلي نسبة متقاربة ، إذ
حصلت صحيفة الجمهورية علي ٢٣, ٧٧٪ ، تلتها صحيفة الأهرام بفارق طفيف لم

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الأول

يتمتع الواحد بالمائة ؛ فهما لم يقدا مطلقا من بعدي الاستجابة للمستخدم ومراقبة نظام المستخدم ، فقد حصلنا علي نسبة قدرها ٠٪ ، في الوقت الذي لم تقدر فيه صحيفة الأهرام من بعد سرعة الحصول علي المعلومات ، كما تدنت الصحيفتان في إفادتهما من بعدي سهولة إضافة المعلومات وتسهيل الاتصال الشخصي ، فقد حصلت صحيفة الأهرام علي نسبة قدرها ٨,٣٪ في بعد سهولة إضافة المعلومات مقابل ٥٪ لجريدة الجمهورية ، في الوقت الذي حصلت فيه الصحيفتان علي نسبة قدرها ١٣,٣٪ في بعد تسهيل الاتصال الشخصي ، كل هذا أثر علي مستوي تفاعلية الصحيفتين .

بينما تساوت كلتا الصحيفتين في بعد تسهيل الاتصال الشخصي فقد حصلنا علي نسبة قدرها ١٣,٣٪ ، وارتفعت نسبة تفاعلهم بخصوص بعد تعقيد الخيارات فقد حصلت صحيفة الأهرام علي نسبة قدرها ٦٥,٤٦٪ ، بينما حصلت صحيفة الجمهورية علي نسبة قدرها ٣٧,٠٥٪ ، ثم ارتفعت نسبة تفاعلهم بخصوص بعد الجهود المبذولة من قبل المستخدم لتصل إلي أعلى مستوي لها في صحيفة الجمهورية بنسبة ١٠٠٪ بينما حصلت صحيفة الأهرام علي نسبة قدرها ٩١,٦٦٪ .

أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو إس آيه توداي الأمريكيتان ؛ فقد ارتفعت نسبة تفاعلهم لتصل إلي ٧٧,٥٧٪ لصحيفة النيويورك تايمز مقابل ٤٢,٦٦٪ لصحيفة اليو إس إيه توداي واكب هذا الارتفاعا ارتفاعا في بعض الأبعاد .

فقد تساوت صحيفتا النيويورك تايمز واليو إس آيه توداي في أربعة أبعاد من أبعاد التفاعلية ، بيد أن الإفادة من هذه الأبعاد قد تذبذبت من الإفادة القصوى وصولا إلي الإفادة الدنيا ؛ فقد أفادت الصحيفتان إفادة كاملة من بعد سرعة الحصول علي المعلومات ، فقد حصلت كل واحدة منهما علي ١٠٠٪ ، كما أفادت إفادة شبه كاملة من بعد الجهود المبذولة من قبل المستخدم ، فقد حصلت كل واحدة منهما علي ٩١,٦٦٪ ، وتوسطتا في الإفادة من بعد تسهيل الاتصال الشخصي إذ حصلت كل واحدة منهما علي ٥٣,٣٪ ، في حين حصلنا علي نسبة متدنية في بعد سهولة إضافة المعلومات ، فقد حصلت كل واحدة منهما علي ٢٥٪ .

بيد أن صحيفة النيويورك تايمز أفادت في الثلاثة أبعاد المتبقية أكثر من صحيفة اليو إس آيه توداي ، فقد وصلت نسبة تفاعلية النيويورك تايمز إلي ١٠٠٪ بالنسبة لبعدي الاستجابة للمستخدم ومراقبة نظام المستخدم ، في حين أفادت صحيفة اليو إس آيه توداي بنسبة ٧٥٪ بالنسبة لبعد الاستجابة للمستخدم ، وأفادت إفادة متوسطة بالنسبة لبعد مراقبة نظام المستخدم فقد حصلت علي نسبة قدرها ٥٠٪ .

أما بالنسبة لبعد تعقيد الخيارات فقد تساوتا الصحيفتان تقريبا في هذا البعد ، فقد

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الأول**
حصلت صحيفة النيويورك تايمز علي نسبة قدرها ١٣, ٧٣٪ ، في حين حصلت
صحيفة اليو أس آيه توداي علي نسبة قدرها ٧٠٪ وهما نسبتان متقاربتان نظرا لكثرة
قنات هذا البعد .

يتضح من العرض السابق تدني تفاعلية الصحف المصرية مقارنة بمثيلتها
الأمريكية ، ومرجع ذلك إلي العديد من الأسباب منها :

أسباب تنصل الصحافة المصرية بملة عامة ونكرها اتجاه الجمهور واتجاه الإنترنت:

مازالت الصحافة المصرية تبني أجندة السلطة السياسية في عرضها للموضوعات
ضاربة أجندة الجمهور عرض الحائط ، فالصحافة المصرية في عرضها للموضوعات
تتبني الطريقة الرسمية في تقديم المعلومات ، ومن ثم فهي لا تقدم استفتاءات سياسية
مثلا تعرضها للانتقاد ، كما أنها لا تجعل المستخدم يذلي بدلوه في موضوعات سياسية
تتصل به ونمسه من قريب بما جعلها تبعد عن محور الاستجابة للمستخدم لتصل إلي
صفر٪ في الوقت الذي حصلت فيه النيويورك تايمز إلي ١٠٠٪ واليو أس آيه توداي إلي
٧٥٪ .

أسباب تنصل بطبيعة المجتمع ذاته:

مازال المجتمع المصري يعاني من الأمية الهجائية بنسبة كبيرة بيد أن الأمية
الإلكترونية بالنسبة له صارخة وهو ما تؤكد الإحصائيات فنية مستخدمي الإنترنت
في مصر لم تتجاوز ٢٪ من نسبة المجتمع ، في الوقت الذي وصلت فيه تلك النسبة إلي
أكثر من ٥٠٪ بالنسبة للمجتمع الأمريكي هذا السبب جعل الصحافة الإلكترونية
المصرية تفض الطرف عن الاهتمام بمضمونها وشكلها الإلكتروني فالصحافة المصرية
من وجهة نظرنا تبني النشر للكم ، ومن ثم فوجودها عبر الإنترنت لا يعدو أكثر من
كونه تواجداً لإثبات التواجد .

أسباب تنصل بإمكانات الصحيفة ذاتها.

مازالت إمكانيات الصحافة الإلكترونية المصرية من ناحية الكوادر المدربة والواعية
مهمومة بفكر الطبقة الحاكمة في المؤسسات الصحفية التي تهتم بالصحافة الورقة علي
حساب الصحافة الإلكترونية ، ومن ثم فهي لا تفصل في أغلب الأحيان طاقمي
للتحرير والإخراج الإلكتروني إذ تستخدم الطقمان في تسيير أمور الصحافة الورقية
والصحافة الإلكترونية .

الباب الثاني

تصميم واجهات الصحف الإلكترونية وتقويمها



الباب الثاني

تصميم واجهات الصحف الإلكترونية وتقويمها

ملخص

* ليس دائماً تتيج لنا التكنولوجيا ما نريد * كان هذا قول المصممين أثناء تعاملهم مع الواجهات الإلكترونية أول مرة؛ فهم يريدون أن يقدموا معلومات كثيرة علي حيز من المساحة المحدود.

وعلي الرغم من بروز هذه المشكلة أمامهم طوال الوقت؛ إلا أنهم لم يقدموا طرق مبتكرة يتحايلون بها علي هذه المساحة المحدودة، بل علي العكس لقد أثقلوا هذه المساحة بالعديد من المواد الثانوية التي كان من الممكن أن تستوعبها الصفحات الداخلية.

لهذا فإن هذا الباب من الدراسة سوف يصف الواجهات الإلكترونية في الفصل الأول من خلال التركيز علي مساحات الصحف الإلكترونية وكيفية استغلالها من زاوية، ويرصد لحركة العين ومبادئ التصميم من ناحية أخرى.

أما الهدف الأساسي من هذه الدراسة فينصب حول كيفية توسيع الواجهات الإلكترونية من خلال تقديم العديد من الأمثلة التي يمكن الاستفادة منها في توسيع واجهة الصحيفة الإلكترونية، ثم يتلوها تقديم أربعة نماذج وهمية لصحف إلكترونية قام الباحث بتصميمها.



الفصل الأول: تصميم الواجهات

المبحث الأول: مساحة الشاشة وواجهة الصحيفة الإلكترونية

المبحث الثاني: حركة العين ومبادئ التصميم

الفصل الأول

تصميم الواجهات

مقدمة

يعرف التصميم بشكل عام "طريقة ترتيب الأشياء" (*)، وعليه يعرف التصميم في الصحافة الإلكترونية بأنه طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية علي الصفحة، ولما كانت التصميم لا يتم في الفراغ، وإنما يتطلب حيزاً أو مساحة لتنفيذ عليها، فإن هذه المساحة تتحكم بشكل أو بآخر في طريقة التصميم، وإدراكها لأهمية المساحة في التصميم فقد تم إفراد مبحثاً كاملاً لتناول مساحة الصحيفة الإلكترونية وأساليب عرض الموضوعات بها.

وقد أردف هذا المبحث بمبحث آخر يحمل عنوان: واجهة الصحيفة الإلكترونية بين حركة العين ومبادئ التصميم، تناول مواطن الأهمية في الصفحة الإلكترونية وطرق إدراكها من خلال رؤية العين للعناصر البنائية في الصفحة K وأساليب التصميم التي تلجأ إليها الصحافة الإلكترونية في اجتذاب القارئ للعناصر البنائية الموجودة علي الصفحة.

(*) The oxford Reference shelf (ORS) (March: 1994) PDD Dictionary, oxford University press, Walton Street oxford OX2 6DP.



المبحث الأول

مساحة الشاشة وواجهة الصحيفة الإلكترونية

يقصد بواجهة الصحيفة الإلكترونية صفحة بدء الصحيفة الإلكترونية التي تظهر للمستخدم عند فتحه لموقع الصحيفة، وتتسم واجهة الصحيفة الإلكترونية بصفات الشكل في كل إصدارات الصحيفة وتحديثاتها ولا تتغير إلا بعد فترة زمنية طويلة نسبياً، لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يري واجهة الصحيفة بشكل معين، علاوة على ذلك، فإن الواجهة تعكس هوية الصحيفة، غير أن واجهات الصحف الإلكترونية مازال يعثر بها بعض المشكلات المتمثلة في ضيق المساحة المعروضة أمام المستخدم.

ولما كانت مساحة الشاشة ضرورية باعتبارها الحاوية لواجهة الصحيفة الإلكترونية تعرض لها أولاً، ثم تبعها بواجهة الصحيفة الإلكترونية، وهما كما يلي.

أولاً: مساحة الشاشة:

رغبة في عدم اللبس فلا يقصد بمصطلح مساحة الشاشة حجم الشاشة مثل ١٢ بوصة أو ١٤ بوصة أو ١٦ بوصة، ولكن يقصد به وضوح الشاشة [Screen Resolution] (الكثافة النقطية للشاشة / استبانة الشاشة) أي عدد بيكسلات الشاشة المعروضة، وتقاس استبانة الشاشة بعدد البيكسلات في البوصة، فإذا ما كانت الشاشة مضبوطة على 640×480 ف (ع عرض، ف ارتفاع)، فإن عدد البيكسلات في البوصة يساوي ٧٢ بيكسل^(*)، أما إذا كانت مضبوطة على 800×600 ف؛ فإن عدد البيكسلات في البوصة يساوي ٩٦ بيكسل، أما إذا كانت مضبوطة على 1024×768 ف؛ فإن عدد البيكسلات في الشاشة يساوي ١٢٠ بيكسل في البوصة، وهذه

(*) see: Lynch and Horton(2002) Screen resolution, available online [URL] <http://www.webstyleguide.com/graphics/resolution.html> . Patrick J. Lynch (1994) Visual Design for the User Interface Part 2: Graphics In the Interface, Yale Center for Advanced Instructional Media, Journal of Biocommunications 21(2):6-15, available online [URL] <http://info.med.yale.edu/caim/manual/papers/gui2.html>

المقاييس موحدة في كل شاشات الكمبيوتر سواء أكان حجم الشاشة ١٢ بوصة أم ١٤ بوصة أم ١٦ بوصة.

وعليه فإن الوضع الافتراضي لمساحة الشاشة بصفة عامة ما يكون ٨٠٠×٦٠٠ ف أما المساحة الفعلية التي يقدمها مستعرض الويب بعد تصفيتها من شريط الحالة [Status bar]، وشريط المهام [Task bar] وشريط الدوران (لف الصفحة) [Scrollbar]؛ تصبح المساحة المتبقية في مستعرض إنترنت إكسبلورر [Internet Explorer] ٧٨٥×٤٣٥ ف، أما المساحات المتبقية في مستعرض نتسكيب [Netscape Communicator] فتكون ٧٨٥×٤٢٣؛ يتبين من ذلك أن هذه المساحة لا تكفي لعرض خبر كبير، ولا تكفي لعرض مجموعة من الصور متجاورة أو مجموعة من العناوين.

لذا ثمة مجموعة من التساؤلات تطرح نفسها أمام مصممي الصحف الإلكترونية؛ وهي هل واجهة الصحيفة الإلكترونية لطرح الموضوعات جملة واحدة أم هي بمثابة بوابة لطرح عناوين الموضوعات فقط؟ هل مساحة واجهة الصحيفة الإلكترونية يجب أن يراعي فيها المدخل الجمالي [Aesthetic Approach] أم المدخل الوظيفي [Pragmatic Approach] في عرض الموضوعات؟ هل يفضل طرح الموضوعات بطريقة الهرم المعتدل أم المقلوب؟

هذه التساؤلات كانت في أذهان المصممين عند تفكيرهم في إنشاء الصحيفة الإلكترونية على الإنترنت لأول مرة، ولكن إجاباتهم كانت متباينة على هذه التساؤلات من ناحية التطبيق.

فقد تبنت بعض الصحف الإلكترونية اعتبار واجهة الصحيفة الإلكترونية بمثابة بوابة تفتح الطريق للقارئ عبر النص القائق إلى موضوعات أكثر تشعباً وأكثر عمقا، في حين ركن طرف آخر إلى اعتبار الواجهة بمثابة بوابة بالإضافة إلى إعطاء القارئ جرعة من المعلومات الخفيفة لكي تدفعه لمتابعة المعلومات التي يريدها؛ وقد تبنت هذا الاتجاه كل من النيويورك تايمز واليو أس ايه توداي في تقديم موضوعاتهما، في حين ركن طرف ثالث إلى تقديم معلومات شبه كاملة عن بعض الموضوعات وترك موضوعات بعناوينها فقط؛ وقد تبني هذا الاتجاه كل من الأهرام والجمهورية في طرح موضوعاتهما.

إخراج الصحف الإلكترونية ٢٦٧

ولتنفيذ هذه الرؤية تبين طول الصفحة في صحف الدراسة وفقا لفلسفتها في طرح موضوعاتها علي صفحاتها الرئيسية؛ فإذا ما كان عرض الصفحة ثابتاً في كل صفحات الويب فإن طولها غير محدود؛ لذا فإن بعض الصحف تلجأ إلي تطويل مساحة صفحاتها لتمويض عرض الصفحة من ناحية، وعرض أكبر كمية من المعلومات في الصفحة الرئيسية من ناحية أخرى.

فقد وصل متوسط طول صفحة جريدة الأهرام الرئيسية إلي ١٥٢٥ بيكسل، أما صحيفة الجمهورية فقد وصل متوسط طول صفحاتها الرئيسية إلي حوالي ١٧٤٠ بيكسل تقريباً، في حين بلغ متوسط طول صفحة البو أس إيه توداي إلي قرابة ١٣٠٠ بيكسل، أما صحيفة النيويورك تايمز فقد أسهبت في طول صفحاتها الرئيسية فقد وصلت إلي حوالي ٣٤٨٠ بيكسل.

ثانياً: واجهة الصحيفة:

يقصد بواجهة الصحيفة المساحة التي تظهر للمستخدم عند مطالعته للصحيفة الإلكترونية متضمنة ترويسة الصحيفة، وأسلوب عرض الموضوعات، والتصميم الثابت والتنغيز، وهم كما يلي:

(١) ترويسة الصحيفة:

تحتوي ترويسة الصحف الإلكترونية علي مجموعة من العناصر الرئيسية هي: شعار الصحيفة، وتاريخ صدور الصحيفة، وتاريخ عدد اليوم، ووقت تحديث الصحيفة، ورقم عدد الصحيفة، ورئيس تحرير الصحيفة، وتختلف الصحف في تضمينها لهذه العناصر فبعض هذه العناصر قد يكون متواجداً في صحيفة ومتنبياً في الأخرى، ونعرض فيما يلي لترويسة صحف الدراسة.

(١) ترويسة صحيفة الأهرام:

تقع ترويسة صحيفة الأهرام في أعلى منتصف الصفحة وتحتوي كما هو موضح في الشكل التالي علي شعار صحيفة الأهرام الورقية في الوسط؛ وهو صورة الأهرامات المصرية الثلاثة بلون أحمر مكتوب عليهم كلمة الأهرام بخط أسود، وفي الجانب الأيمن - مكتوب بخط صغير جداً يصعب قراءته - تاريخ تأسيس صحيفة الأهرام وتاريخ صدور العدد الأول مفصولين بخط صغير مكتوب تحته بخط مقروء رئيس مجلس الإدارة ورئيس

إخراج الصحف الإلكترونية **الطاب الثاني**
التحرير، وفي الجانب الأيسر لشعار الصحيفة - مكتوب بخط يصعب قراءته - مكان
صدور الصحيفة وفاكس وتليفون الصحيفة .

ومكتوب أسفل الشعار بخط أفقي من اليمين إلى اليسار يوم صدور الصحيفة،
وتاريخ اليوم متبوع باسم الشهر الهجري والسنة الهجرية، ثم تاريخ اليوم متبوع باسم
الشهر الميلادي والسنة الميلادية، ثم عدد السنوات التي مرت علي صدور الصحيفة،
وأخيرا عدد الأعداد التي صدرت من الصحيفة .



شكل (٢٤) يوضح: ترويسة الأهرام

يُؤخَذُ علي ترويسة الأهرام الإلكترونية مأخذان : أولهما : صغر حجم خط
تأسيس الصحيفة ومكان الصحيفة وتليفونها وفاكسها لدرجة يستحيل معها القراءة
بالعين المجردة ، ثانيهما : الخلط بين الصحيفة الإلكترونية والصحيفة الورقية ؛
فالصحيفة حددت سنوات صدورها الورقية علي الرغم من صدورها عبر الإنترنت .

(٢) ترويسة صحيفة الجمهورية:

تقع ترويسة صحيفة الجمهورية في أعلى منتصف الصفحة وتحتوي في الجانب
الأيمن علي رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير بخط أبيض علي أرضية زرقاء، أما في
المنتصف فتحتوي ترويسة الصحيفة علي شعار جريدة الجمهورية ، وهو نسر باللون
الأحمر علي خلفية زرقاء مكتوب عليه اسم الجمهورية باللون الأسود بتلوه كلمة
أوتلاين لتوضيح أن الصحيفة تصدر علي الإنترنت، أما الجانب الأيسر من الترويسة
فهو يحتوي علي مكان صدور الصحيفة، وتليفونها، ورمزها البريدي، وعنوانها
علي الإنترنت، وبريدها الإلكتروني، وفاكسها بخط أبيض صغير علي أرضية زرقاء.



شكل (٢٥) ترويسة صحيفة الجمهورية

يؤخذُ علي ترويسة صحيفة الجمهورية استخدامها للون الأزرق كأرضية ؛ ويعيب هذا اللون - كما ذكرنا في المبحث الخاص بالألوان - عدم تباينه بدرجة كافية مع الألوان : الأبيض والأزرق والأحمر وكان يجدر بالصحيفة أن تستخدم اللون الأبيض لدرء المآخذ السابقة من زاوية ، ولتحقق الربط البصري بين ترويسة الصحيفة الورقية والترويسة الإلكترونية من زاوية أخرى .

يتضح من عرض ترويسة صحيفة الأهرام والجمهورية تشابههما في طريقة كتابة الشعار ، ووضع اسم رئيس التحرير في الجانب الأيمن ، ومكان صدور الصحيفة وفاكسها وتليفونها في الجانب الأيسر ، بيد أنهما اختلفا في عدم ذكر صحيفة الجمهورية لتاريخ صدورها واسم مؤسسا وسنوات صدورها ، ولا تؤاخذ صحيفة الجمهورية علي ذلك ؛ فهذه العناصر تخص الصحيفة الورقية ، كما تميزت صحيفة الجمهورية عن بقية صحف الدراسة في عمل ترويسة صفحاتها ؛ فإذا ما ضغطنا بالفأر علي الجانب الأيمن الذي يحتوي علي اسم رئيس التحرير يمكننا التلويح إلي معلومات عنه ، ونفس الطريقة فإنه يمكن الحصول علي معلومات عن دار التحرير بالضغط بالفأر علي الجانب الأيسر لترويسة الصحيفة .

(٢) ترويسة صحيفة النيويورك تايمز:

تقع ترويسة صحيفة النيويورك تايمز في أعلى منتصف الصفحة ، وتتميز ببساطتها ؛ فهي تحتوي علي اسم الصحيفة الذي يحمل شعارها (الاسم هو الشعار) متبوع بكلمة [ON THE WEB] بخط صغير لكنه واضح مميزا نسختها الورقية عن النسخة الإلكترونية .

وأسفل الشعار من الجهة اليسرى تضع الصحيفة تاريخ تحديث صدورها بالشكل التالي من اليسار إلي اليمين : اليوم ، فالشهر ، فتاريخ اليوم ، فالسنة ، فساعة التحديث .



شكل (٢٦) بوضع ترويسة صحيفة النيويورك تايمز

(٤) ترويسة صحيفة الجواسيه توداي:

تقع ترويسة صحيفة اليو أس آيه توداي في أعلي منتصف الصفحة ناحية اليسار ، وهي تحتوي - كما هو موضح في الشكل التالي - علي شعار الجريدة الذي يرسم خريطة قارتي أمريكا الشمالية والجنوبية في دائرة تشبه الكرة الأرضية تخرج منها مجموعة خطوط تنصل باسم الصحيفة دليلاً علي تغطيتها لأخبار القارة الأمريكية ، ثم بقية قارات العالم غير المرتبة .



شكل (٢٧) بوضع ترويسة صحيفة الجواسيه توداي

وفي أسفل الشعار تضع الصحيفة تاريخ صدورها علي شكل أرقام متبوعة بزمّن تحديث الصفحة ، وقد استخدمت الصحيفة اللون الأزرق كخلفية لها أما الأشكال الأخرى الموجودة علي الخلفية فقد أخذت اللون الأبيض .

يتضح من العرض السابق أن صحيفتي النيويورك تايمز واليو أس آيه قد اتفقتا في تقديم شعار الصحيفة وتاريخ صدورها فقط ، علي العكس من صحيفة الأهرام والجمهورية اللتان ذكرنا بيانات كثيرة عن الصحيفة ؛ فقد استغلت الصحيفتان الأمريكيتان المساحة في تقديم معلومات إخبارية أهم من وجهة نظرهم عن ذكر تفاصيل الصحيفة التي يعرفها القارئ أو يمكن أن يعرفها من داخل الصحيفة .

(ب) أسلوب عرض الموضوعات:

يقصد بأسلوب عرض الموضوعات الطريقة التي تتلکها الصحيفة في تقديم موادها المتغيرة عبر صفحاتها ؛ فهي إما أن تكون أفقية العرض أو رأسية العرض ، وربما عئزج بين التقديم الأفقي والرأسي مولدة أسلوباً جديداً هو الأسلوب المختلط ، ولكل نوع من هذه الأنواع الثلاثة مميزات وعيوبه ، وفيما يلي نعرض لهذه الأساليب موضحين صوب ومزايا كل منها :

(١) الأسلوب الأفقي [Horizontal Style]:

ينتم في هذا الأسلوب عرض أخبار وموضوعات الصحيفة بشكل أفقي ، ويتميز هذا الأسلوب براحة عين القارئ في مطالعتها للأشكال والنصوص ، ويتميز أيضا بقدرته علي تحقيق الوحدة بين عناصر الخبر الواحد ؛ فهو يسمح بعرض موضوع متكامل العناصر مع بعضه البعض ، فيمكن عرض النصوص والصور والعناوين في شاشة واحدة .

وعيب هذا النوع قلة عدد الموضوعات التي يراها القارئ في واجهة الصحيفة ؛ مما يؤدي إلي أن تحظى الموضوعات المطروحة أولا علي انتباه المستخدم ، وقد ينصرف المستخدم إلي موقع آخر دون أن يكمل استعراض بقية عناوين الصحيفة الموجودة في أسفل الصفحة .

وعليه يصلح هذا الأسلوب في الصفحات الداخلية وتقل أهميته في الواجهات التي تعد من وجهة نظرنا مجرد بوابة تدفع بالقارئ صوب الموضوعات التي يختارها ، أما الصفحات الداخلية فالقارئ يدخل إليها بمحض إرادته الحرة مدركاً أنه يتوجه إلي خبر أو موضوع قد سبق وأن اختاره .

وعلي الرغم من المساوي التي تعتری هذا الأسلوب في واجهات الصحف الإلكترونية إلا أن صحيفة الأهرام اتبعت في تقديم أخبارها في صفحة البدء ؛ فهي تطرح عناونا رئيسياً ثم مقدمة إخبارية مصحوبة بصورة إخبارية في أغلب الأحيان ناحية اليمين ، يتلوها عنوان رئيسي ثم مقدمة إخبارية مصحوبة بصورة إخبارية مجاورة للنص ناحية اليمين ، ثم عنوان رئيسي مصاحب للنص ، ثم مجموعة العناوين المجمعة .

وقد حذت صحيفة الجمهورية نفس المسلك أيضا في تقديم أخبارها الرئيسية ؛

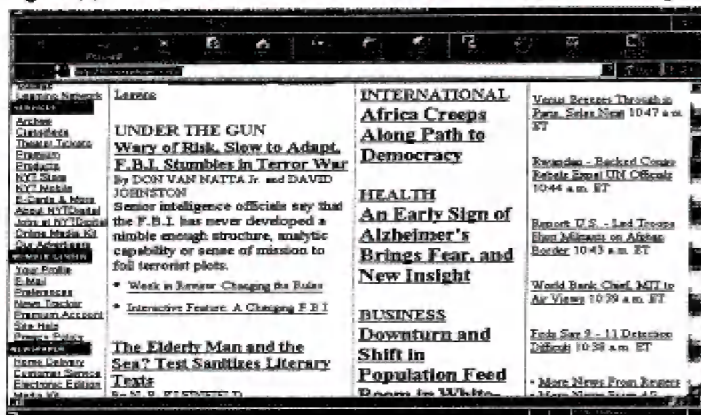
إخراج الصحف الإلكترونية التياب ثنائي
فهي تستخدم الأسلوب الأفقي في عرض عناوين موضوعاتها وأخبارها أيضاً، وإن كان هناك فارق طفيف هو تقديمها لعناوين مجمعة في عمودها الأيمن الذي يحمل اسم أقرأ اليوم، إلا أن هذه العناوين تلقي منافسة شديدة من قبل الأسلوب الأفقي الذي يشغل مساحة كبيرة على الصفحة، فضلاً عن احتوائه على وسائل جذب للانتباه متمثل في كبر حجم الخط المكتوب به الخبر واحتوائه على صور إخبارية.

(٢) الأسلوب الرأسي [Vertical Style]:

يقصد بالأسلوب الرأسي تقديم الموضوعات والأخبار الصحفية بطريقة رأسية، فهو يسمح بعرض العديد من الأخبار والموضوعات متجاورة مع بعضها البعض. وعليه فإن هذا الأسلوب يتميز بإمكانية عرض أكبر عدد من الموضوعات في شاشة واحدة متغلباً بذلك على ضيق المساحة المعروضة أمام القارئ، وهذا الأسلوب يناسب واجهات الصحيفة الإلكترونية التي تعد كما سبق وأن ذكرنا بوابة ولوج للموضوعات المعروضة في الواجهة.

بيد أن هذا الأسلوب يعيبه التنافس بين العناوين وبعضها البعض؛ فهي تحتوي على نفس مميزات المساحة والموقع والحجم والخط واللون، علاوة على ذلك، فإن الشاشة تكون مزدحمة بالإخبار لدرجة ترك القارئ في تحديد الموضوع الذي يبحث عنه.

وقد استخدمت هذا الأسلوب صحيفة النيويورك تايمز في تقديم موضوعاتها، فباستثناء الشاشة الأولى من هذه الصحيفة التي تطرح فيها صورتها الإخبارية الوحيدة متجاورة مع عنوان ونص في الناحية اليسرى، يمكن إظهار هذا الأسلوب بشكل واضح من خلال الشكل التالي:



شكل [٢٨] يوضح الأسلوب الرأسي في تقديم موضوعات النيويورك تايمز

(٢) الأسلوب المختلط [Mixed Style]:

يجمع هذا الأسلوب بين العرض الأفقي والرأسي في تقديم الأخبار والموضوعات الصحفية، ويتميز بأنه يسمح بتقديم موضوعات متعددة مع الاحتفاظ بجزء من مساحة الشاشة تعرض فيه الصحيفة موضوعاً متكاملاً.

بيد أنه يعيب هذا الأسلوب إرباك نظر القارئ بين المواد المقدمة بعرض الصفحة وتلك المعروضة بطولها، مما يضطر عين القارئ إلى تغيير حركتها الأفقية والرأسية في قراءة الموضوعات المختلفة.

يتضح هذا الأسلوب بجملة في صحيفة البو أس آيه توداي في بلوكها الثاني، إلا أن الصحيفة تستخدم هذا النوع في عرض العناوين فقط لا الموضوعات، وتحاول الصحيفة إيجاد نوع من التوازن بين المساحة الأفقية والمساحة الرأسية بتشكيل كثافة الألوان والصور في المساحة الرأسية مقابل العناوين فقط في المساحة الأفقية حتى لا ينصرف نظر القارئ إلى العناوين الأفقية تاركاً العناوين الرئيسية.

2) التقييم الثابت والتغير:

قبل الحديث عن التصميم الثابت والمتغير وشبه الثابت يجدر بنا أن نحدد الهيكل الذي يتضمن التصميم؛ فالصحف الإلكترونية تتبنى - عادة في تصميم صفحاتها - تقسيم مساحة الواجهة إلى عدد من الأعمدة يتراوح بين عمودين وأربعة أعمدة طويلة تضع فيها الصحيفة موادها الثابتة والمتغيرة وشبه المتغيرة من عدد إلى آخر، ونعرض فيما يلي لعدد أعمدة كل صحيفة وكيفية استغلالها في طرح تصميم الصحيفة الثابت والمتغيرة وشبه الثابت.

(١) مصنفه الأفرام:

تقسم صحيفة الأهرام كما هو موضح في الشكل التالي واجهتها إلى ثلاثة أعمدة طولية ويتميز كل عمود من هذه الأعمدة الثلاثة بميزات تصميمية تميزه عن العمودين الآخرين، وهم كما يلي:



شكل [٢٩] يوضح واحدة بسيطة الأهرام

العمود الأيمن:

يشغل العمود الأيمن مساحة قدرها ١٥٠ بيكسل تقريبا، وتستخدمه الصحيفة في إدراج المواد شبه الثابتة من عدد إلى آخر مثل: بوابة الأهرام الإلكترونية، وإعلانات الصحيفة المتمثلة في الإعلانات المبوبة، والوفيات، وأسعار الإعلانات، وعناوين الصحيفة الخدمية المتمثلة في بريد الأهرام والتقنوات الفضائية، ومواقيت الصلاة، ودرجة الحرارة، كما تعرض في هذا العمود البحث داخل الصحيفة، وأرشيف أعداد الصحيفة، فأى تغير يطرأ على الصحيفة بعد فترة من الزمن يتم التعديل في هذا العمود، فقد تم تغير بعض محتويات هذا العمود على مدار الدراسة أكثر من مرة؛ فقد تم إضافة أيقونة بوابة الأهرام اليوم بدلا من أيقونة (Al Ahram)، وتم إضافة أيقونات متغيرة تظهر في عدد وتختفي في الآخر، مثل الإعلان عن مجلة الشباب ومجلة علاء الدين والأهرام الاقتصادي، وأيقونة شاهد أهداف المباريات.

العمود الأوسط:

يشغل العمود الأوسط مساحة قدرها ٥٠٠ بيكسل تقريبا، وتستخدمه الصحيفة في تقديم موضوعاتها الإخبارية المتغيرة، ويتميز هذا العمود بأنه متغير من حيث المضمون الذي يحتوي عليه؛ فيتم إدراج المادة الإخبارية اليومية في هذا العمود، إلا أن هذا التغير ينصب على المضمون المدرج فقط، أما شكل العمود فهو ثابت حيث يتم إدراج مجموعة من العناوين الرئيسية ومقدماتها، ثم يتم إدراج مجموعة من العناوين المضمنة، وفي نهاية العمود يتم إدراج عناوين العالم هذا الصباح وفي الأهرام اليوم اللذان قد يجتمعان في آن واحد أو يختلفان في آن واحد أو يوجد أحدهما ويختفي الآخر.

العمود الأيسر:

يشغل العمود الأيسر مساحة قدرها ١٣٥ بيكسل تقريبا، ويتميز هذا العمود بالثبات في كل أعداد الصحيفة، وتعرض الصحيفة فيه أبوابها الثابتة في بدايته، تليها أيقونة صغيرة تحمل عنوان مواقع للزيارة، ثم مواقع صحف الأهرام، ثم إعلانات واشترابات، ثم عناوين الأهرام الإلكترونية، وأخيرا أيقونة «Al Ahram» التي تم نقلها من أعلى العمود الأيمن لتستقر في أسفل العمود الأيسر.

(٢) صحيفة الجمهورية:

تقسم صحيفة الجمهورية كما هو مبين في الشكل التالي واجهتها إلى أربعة أعمدة طولية، ويتميز كل عمود من هذه الأعمدة بميزات خاصة غير متواجدة في الأعمدة الأخرى، وتندرج هذه الأعمدة بين الثبات والتغير، ونعرض لهذه الأعمدة من اليمين إلى اليسار، كما يلي:



شكل [٢٠] يوضح واجهة صحيفة الجمهورية

العمود الأول:

يقع العمود الأول ناحية اليمين ويشغل مساحة قدرها ١١٥ بيكسل تقريباً، ويتسم هذا العمود بالثبات من عدد إلى آخر ؛ فهو يحتوي على تقسيمات أبواب الصحيفة يليها أيقونة التحرير نت، ثم أيقونة مركز تكنولوجيا المعلومات (ITC)، ثم أيقونة إصدارات دار التحرير اليومية، ثم أيقونة إصدارات دار التحرير الأسبوعية، ثم أيقونة إصدارات دار التحرير الشهرية، وأخيراً تضع الصحيفة أيقونة ملاحظتها في نهاية العمود.

العمود الثاني:

يقع العمود الثاني مجاوراً للعمود الأول، ويشغل مساحة قدرها ٤٥٥ بيكسل تقريباً، تقدم فيه صحيفة الجمهورية أخبارها المتغيرة من عدد إلى آخر، إلا أن هذا التغير يلحق المضمون فقط لا الشكل ؛ فالصحيفة تقدم موادها بترتيب واحد على مر الأعداد وهو عنوان رئيسي فمقدمة، ثم عنوان رئيسي فمقدمة، ثم عنوان رئيسي فمقدمة، وأخيراً مجموعة من العناوين المجمعة التي تتناول أخباراً متفرقة.

يلاحظ على هذا العمود تشابهه مع أسلوب تقديم صحيفة الأهرام لأخبارها؛ فالصحيفتان يلجئان إلى تقديم عناوينهم الرئيسية ثم مقدماتهم، ثم يقدمان بعد ذلك عناوينهم المجمعة، ولا يختلفان سوى اختلافاً طفيفاً يتمثل في عرض صحيفة الأهرام لعنواني العالم هذا الصباح وفي الأهرام اليوم.

العمود الثالث:

يقع العمود الثالث مجاوراً للعمود الثاني، ويشغل مساحة قدرها ١٢٠ بيكسل تقريباً، ويتميز هذا العمود بأنه يجمع بين الثبات والتغير ؛ ففي نصفه العلوي تضع الصحيفة مجموعة من العناوين المجمعة التي تعرض لتحقيقات أو مقالات أو أخبار، أما في النصف السفلي من العمود فتضع الصحيفة مجموعة من الأيقونات المتتالية التي تتسم بالثبات وهي: أيقونة مواقيت الصلاة، وأيقونة أسعار العملات، وأيقونة الطقس، وأيقونة برامج التلفزيون، ثم تقدم الصحيفة بعد ذلك استفتاء من سيفوز بالدور - استمر منذ بداية الدراسة ٢٠٠٢ / ١ / ١ حتى ٢٠٠٢ / ١٠ / ٢٤ - ثم تقدم بعد ذلك مجموعة من الأيقونات الثابتة وهي: أيقونة أرشيف الجمهورية، وأيقونة سجل

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**
بريدك الإلكتروني لتصلك عناوين الأخبار ، وأيقونة مواعيد القطارات ، وأيقونة
المطارات المصرية ، وأيقونة النصف الحلو ، وآخرها أيقونة مصري في بلاد الغربة .

عمود الرابع:

يقع العمود الرابع ناحية اليسار ويشغل مساحة قدرها ٩٥ بيكسل تقريبا ، وتقدم
فيه الصحيفة أربعة أيقونات شبه ثابتة وهي : بالترتيب من أعلي إلي أسفل : الأولى :
أيقونة لقراءة النص العربي ؛ وقد استمرت هذه الأيقونة منذ بداية الدواسة حتى ١ /
٢٠٠٢ ، واستبدلت بأيقونة «gom.com.eg» التي تشير إلي نفس الفكرة وهي
كيفية قراءة النص العربي ، والثانية : أيقونة إصدارات الدار ، والثالثة : أيقونة الإعلان
في الموقع ، وتنقسم الأيقونتان الثانية والثالثة بالثبات علي مدار أعداد الدواسة ، أما
الأيقونة الرابعة فهي تنقسم بالتغير ، وقد أشارت هذه الأيقونة منذ بدء الدواسة حتى
إلي ١ / ١ / ٢٠٠٢ إلي المساحة الإعلانية ، ثم استبدلت بأيقونة كأس العالم ٢٠٠٢
حتى نهاية الدواسة .

(٢) صحيفة النيويورك تايمز:

تنقسم صحيفة النيويورك تايمز واجهتها إلي أربعة أعمدة طولية كما هو موضح في
الشكل التالي ، وكل عمود من هذه الأعمدة له سمات خاصة غير متوفرة في بقية
الأعمدة مما يضفي عليه قيمة خاصة ، وهم كما يلي من اليسار إلي اليمين :



شكل [٤١] بوضف، واجهة صحيفة النيويورك تايمز

العمود الأول:

يقع هذا العمود ناحية اليسار ويشغل مساحة قدرها ١٠٠ بيكسل تقريبا متما بالشبات في كل تحديثات الصحيفة، ويشتمل هذا العمود علي قنات : الأخبار، والرأي، والملاحف، والخدمات، وركن القارئ.

العمود الثاني:

يقع بجوار العمود الأول ويشغل مساحة قدرها ٢٨٠ بيكسل تقريبا، ينسب هذا العمود بأنه يحتوي علي مواد إخبارية متغيرة وفقا للأحداث التي ترد إلي الصحيفة، ويتميز بأنه يحتوي علي نصوص فقط بدون صور.

العمود الثالث:

يقع بجوار العمود الثاني ناحية اليمين ويشغل مساحة قدرها ٢٠٠ بيكسل تقريبا، ويشارك هذا العمود مع سابقه في احتوائه علي مواد إخبارية متغيرة، إلا أنه يتميز عن سابقة باحتوائه علي الصورة الرئيسية للصحيفة في بدايته.

بيد أن الصحيفة تقوم بدمج العمود الثاني والثالث في منتصف الصفحة مكونة مساحة عرضية تضع فيها أربع صور متجاورة مسبقة بإعلان أو منتهية بإعلان، وفي أحيان قليلة لا يتم إدراج إعلانات، ثم تعاود الصحيفة بعد ذلك فصل العمودين مرة أخرى واضحة فيهما مجموعة من العناوين المجمعة، وفي نهاية المطاف تقوم بدمج العمودين مرة أخرى لتضع فيهما هذه المرة نصا بعرضهما.

العمود الرابع:

يقع العمود الرابع ناحية اليمين ويشغل مساحة قدرها ٢٠٥ بيكسل تقريبا، ويتميز بأنه يجمع بين الثبات والتغير؛ فهو يحتوي علي مجموعة من الأشكال الثابتة وهي: الأسواق [Markets] التي تعرض لرسم بياني يعرض التغير الحادث في مؤشر (Dow Jones)، وتعرض أيضا لحادث في هذا اليوم (ON this Day) بشكل شبه دائم، وتعرض لعناوين وكالاتي أسوشيتد برس ورويترز (AP and Reuters) بشكل دائم.

(٤) صحيفة يو أس آيه توداي:

لم تلجأ صحيفة يو أس آيه توداي إلي أسلوب الأعمدة الطولية في تقديم موادها بشكل مباشر بل اعتمدت علي نظام البلوكات [blocs] المنفصلة؛ فهي تقسم الصفحة إلي عمود طولي ومجموعة من البلوكات وهم كما يلي:

العمود طولي:

يقع هذا العمود ناحية اليسار ويأخذ شكلاً ثابتاً علي إمتداد أعداد الصحيفة التي تضع في قمته أبواب خاصة [Special sections] وتضم ستة أبواب هي: الأخبار، والمال، والرياضة، والحياة، والتكنولوجيا، والطقس، ثم البحث [Search] والذي يضم البحث داخل الصحيفة وعبر الشبكة، ثم المقطعات «Shortcuts» التي تحتوي

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**
 علي موجز ما تنشره الصحيفة من عناوين ، ثم النسخة المطبوعة من الصحيفة (Print Edition) ، ثم التجارة (Commerce) التي تشمل التسوق ، ثم المشاركين (partners) ، وتضم هذه الفئة أقسامًا مختلفة من الصحيفة مثل مواقع الفضاء (www.space.com) ، ثم الموارد (Resource) التي تشمل كيفية الحصول علي المعلومات من الصحيفة ، وأخيرًا مجموعة من الأيقونات الإعلانية عن الصحيفة .

البطولة الأولى الرئيسية

يقصد بالبلوك الأول الشاشة الأولى التي تظهر للمستخدم ، وهو ما يوضحه الشكل التالي ، باستثناء العمود الأيسر الذي يأخذ شكلًا ثابتًا في جميع تحديثات الصحيفة علي مدار اليوم وكذلك علي مدار فترة الدراسة .



شكل [٤٢] يوضح واجهة صحيفة اليوم أي أنه توداي البطولة الأولى

إخراج قصص الإلكترونية **الباب الثاني**

يتضح من هذا الشكل أن الصحيفة قسمت بلوكها الأول إلى ثلاثة صفوف هي :

الصف الأول : يحتوي هذا الصف على ثلاثة بلوكات صغيرة هي من اليسار إلى اليمين : ترويسة الصحيفة ، ثم صورة مجاور لها عنوان ، ثم صورتين أمام كل واحدة منهما عنوان .

الصف الثاني : يتضمن هذا الصف ثلاثة بلوكات صغيرة هي من اليسار إلى اليمين : صورة كبيرة ، ثم بلوكين أفقيين يفصل بينهما خط أسود عريض ، يحتوي الأول على عنوان وشرح موجز ، ويحتوي الثاني على ثلاثة عناوين وشرح موجز أمام كل عنوان .

الصف الثالث : يعد هذا الصف غير ثابت في كل الأعداد فقد يوجد في عدد ويختفي لفترة طويلة دون أن يظهر ليحل محله البلوك الثاني الرئيسي ، ويأخذ هذا الصف كما هو موضح من الشكل السابق أربع مستطيلات صغيرة بداخل كل واحدة منها صورة ونص فاتق .

البلوك الثاني الرئيسي:

ينقسم البلوك الثاني الرئيسي كما هو مبين في الشكل التالي إلى نوعين :

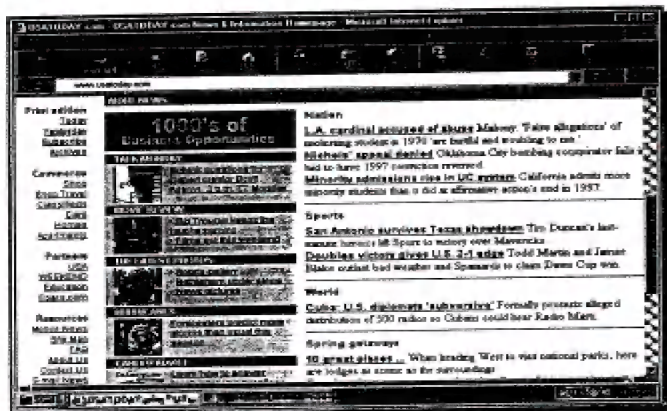
العمود الأيمن : يقع هذا العمود بجوار العمود الأيسر الرئيسي ، ويحتوي العمود الأيمن على مجموعة من الأخبار المفصلة ، ويتميز كل خبر من هذه الأخبار بأنه يحتوي على صورة صغيرة إضافة إلى نص فاتق مضمن على أرضية سيان .

يميب هذا العمود المادة الزرقاء الموجودة به ؛ فقد خلقت بينه وبين العمود الأيسر الرئيسي نوعاً من الوحدة المضوية على الرغم من اختلافهما في المضمون المقدم ؛ فالأول يحتوي على تقسيمات وأبواب الصحيفة في حين يحتوي الثاني على أخبار ومعلومات ليست لها صلة في معظم الأحيان بالعمود الأول ، علاوة على ذلك فإن الأرضية السيان القرية من اللون الأزرق أدت إلى حدوث تعارض بصري بينها وبين لون النص الفاتق المكتوب باللون الأزرق .

الصفوف الأفقية : تضع الصحيفة في الصفوف الأفقية عناوين أبواب الصحيفة ؛ فتضع في كل صف مجموعة من العناوين التي تتناول قسماً من أقسام الصحيفة ؛ وهذه الأبواب (الأقسام) لا تأخذ ترتيباً ثابتاً ؛ فهي تخضع لأهمية وسخونة الأحداث فتارة

إخراج الصحف الإلكترونية

التي تكون (أخبار وطنية ، ثم أخبار رياضة ، ثم أخبار عالمية ، ثم أخبار المال ، ثم أخبار التكنولوجيا) وتارة تكون (أخبار المحاكم ، ثم أخبار السياسة ، ثم أخبار وطنية ، ثم أخبار المال ، ثم أخبار التكنولوجيا) وهذا يعني أن الصحيفة تتبع فلسفة أهمية الأحداث .



شكل [43] بوضوح واجهة صحيفة الجواسيه توداي البلوكة الثاني

البلوكة الثالث الرئيسية :

وهذا البلوكة هو تكملة للبلوكة الثاني ، ويتميز هذا البلوكة بإنشاء نمط جديد ، وهو تقسيم مساحة الصفحة المتبقية إلى ثلاثة أجزاء يشتمل كل جزء منها على صورة ونص فائق وكلمات شارحة ، ثم يعقب ذلك عرض فرص العمل ، وأخيراً تنزيل الصحيفة بلوكها بطرح تقسيمات الصحيفة وأبوابها بصورة عامة ، ثم تضع حقوق الملكية الفكرية وشروطها .



المبحث الثاني

حركة العين ومبادئ التصميم

إن توزيع العناصر البنائية وأثقالها وكثافتها علي واجهة الصحف الإلكترونية محكوم بمجموعة من الأسس والمبادئ التي تحكم التقليل من الوسائط التقليدية أو المتعددة أو الفائقة أو الألوان ، أو تزيد منها وفقاً لرؤية مصمم الصحيفة ، وليست قابلاً ثابتاً مفروضاً علي كل المصممين اتباعه ، إنما يخضع ذلك للتأثيرات السيكولوجية التي يود المخرج أن يلعب عليها في التأثير علي المستخدم من زاوية ، ووفقاً لأهمية الأخبار التي يريد إبرازها من زاوية أخرى .

ولتحقيق هذين الهدفين يستعين مصمم الصحيفة بحركة العين وإدراكها للأشياء ، والخداع البصري ، ومبادئ التصميم ؛ فثمة علاقة بين حركة العين ومبادئ التصميم في تحديد مناطق الأهمية القصوى علي الصفحة ؛ فحركة العين تتأثر بمبادئ التصميم التي يمكن أن تعرقل مسار رؤيتها بحيرة إياها علي اتخاذ مسلك مخالف لما اعتادت أن تسلكه في رؤيتها للعناصر المرئية علي الصفحة ، أو قد تدعم من مسار العين عن طريق التأكيد علي مسارات العين الطبيعية ، غير أن ما يهمنا في هذا الموضوع هو رصد الأساليب والمبادئ التي اتخذتها صحف الدراسة في تقديم موضوعاتها مستمينة في ذلك بحركة العين ومبادئ التصميم اللذان تقدم لهما بإيجاز فيما يلي ثم تتبعهما بتحليل لتطبيق هذه المبادئ من قبل صحف الدراسة كما يلي :

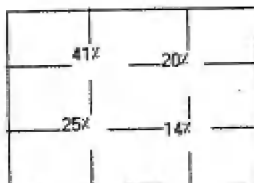
أولاً: حركة العين:

لقد اختلفت نتائج أبحاث علماء البصريات والتصميم في تحديد مسارات رؤية العين في قراءة اللغة الإنجليزية ؛ فقد رأت مجموعة من الدراسات أن قراء اللغة الإنجليزية يقرءون من اليسار إلي اليمين ومن أعلي إلي أسفل ، لهذا فإن نموذج قراءة اللغة الإنجليزية يأخذ شكل حرف [Z] (*) .

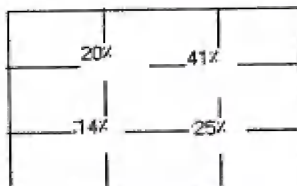
(*) Christine Seville (June: 2002) Page Design Directing the Reader's Eye, available online [URL] www.stc.org.intercom/PDFs/2002/200206_06-09.pdf

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الثاني

وعلى الطرف الآخر تبني اتجاه بحثي آخر مساراً مخالفاً للاتجاه الأول، إذ رأي أن حركة عين الأشخاص الناظرين إلى الصورة الفوتوغرافية ينظرون أولاً إلى الجزء الأسفل العلوي يليه الجزء الأسفل السفلي وهو ما يوضحه شكل رقم (٤٤)، ورأت هذه الدراسة أن الثقافة تحدد إدراك الأفراد للصورة؛ فالثقافة الغربية تتعلم القراءة والكتابة من اليسار إلى اليمين، على العكس من الثقافة العربية والعبرية اللتان تتعلمان القراءة والكتابة من اليمين إلى اليسار، فمن المتوقع أن ينظر المشاهدون أولاً إلى اليمين الأعلى (*) .



الثقافة الغربية في رؤية الصورة



الثقافة العربية في رؤية الصورة

شكل رقم (٤٤) يوضح: رؤية العين للصورة

يتبين من الاتجاهين السابقين أنهما اتفقا في أن الزاوية العليا اليسرى بالنسبة للغة الإنجليزية هي منطقة بؤرية الرؤية، غير أنهما اختلفا في تحديد بقية مسارات حركة العين؛ فبينما رأي الاتجاه الأول أن المنطقة العليا اليمنى بالنسبة للغة الإنجليزية هي المنطقة الثانية للرؤية، رأي الاتجاه الثاني أن الزاوية اليمنى السفلى هي المنطقة الثانية لمسار العين، واختلفا أيضاً في تحديد المنطقة الثالثة للرؤية؛ فقد رأي الاتجاه الأول أن المنطقة اليسرى السفلى هي المنطقة الثالثة للرؤية، بينما رأي الاتجاه الآخر أن الزاوية العليا اليمنى هي المنطقة الثالثة لمسار العين، بيد أنهما اتفقا على أن الزاوية اليمنى السفلى هي الزاوية الأخيرة لمسار رؤية العين .

(*) Robert Heinich, Michael Molenda & James D. Russell (1990) Instructional media and the New Technology of Instruction, 3Ed New York: Macmillan Publishing Company, pp71-72

هذا الاختلاف بين القاعدتين يؤكد أن العين ليست خطية الرؤية، وهذا ما أكد عليه تالان [Talin:1998]؛ فهي لا تسير في مسار محدد، وعليه فهي تتأثر بمبادئ التصميم، علاوة على تأثيرها بمعايير أخرى منها^(*):

١- التتبع [Track-Detection]: هنالك رغبة لدى عين القارئ في تتبع خط إبصار أعين الناس في الصور، ويعضد من هذا المبادئ تتبع أعين الناظر إلى مؤشر الفأر [Mouse pointer] لاعتيادهم على مسار حركته فوق الصفحة.

٢- الحواف [Edge-Detection]: تسمي عين القارئ دائماً تجاه حواف الصفحة، وكذلك تجاه حواف المحددات مثل (الجدول، والبراويز، والقواصل من خطوط أفقية أو رأسية).

٣- الحركة [motion-detection]: تنجذب العين إلى المناطق التي بها حركة عن المناطق الثابتة؛ فهي تنجذب إلى الرسوم المتحركة على الصفحة أكثر من انجذابها إلى الصور الثابتة.

إضافة إلى مبادئ تالان هناك العديد من المبادئ التي تؤثر على انجذاب العين ناحية الموضوعات منها^(†):

١- تتبع طرق السير والمواصلات: ومنها تتبع مسارات الأنهار والطرق البرية، وخطوط السكك الحديدية، وحركة العربات والطائرات والقوارب والقطارات.

٢- النظر إلى البدايات والنهايات: تنظر عين المشاهد عادة إلى بدايات ونهايات الأشكال، ويدلل على ذلك نظر عين المشاهد إلى نقطة توجه الصاروخ أولاً، ثم تتبعها بالنظر إلى نقطة انطلاقه محققة بذلك ربطاً بطريقاً بين نقطة البداية والنهاية.

(*) Talin (August 14, 1998) A Summary of Principles for User-Interface Design, available online [URL] http://www.sylvantech.com/~talin/projects/ui_design.html

(†) See: James T. Saw (2002) 2D Design notes: Art 104: Design Composition Gestalt, available online [URL] <http://daphne.palomar.edu/design/simnprox.htm>. Francis F. Steen, (1997) Theory of Mind: A Model of Mental-state Attribution, Communication Studies, University of California, Los, available online [URL] <http://cogweb.ucla.edu/CogSci/Francis.html>. Primedia Business Magazines and Media (2003) Directing reader attention, available online [URL] <http://www.primediabusiness.com/>

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**

٣- تتبع مسارات الخطوط : تسمى عين الإنسان عادة إلى تتبع سريان الخطوط سواء أكانت هذه الخطوط أفقية أم رأسية ، وسواء أكانت مستقيمة أم متموجة .

٤- النظر إلى الحركة المتوقعة : تنظر عادة عين الأشخاص إلى ما اعتادت أن تراه ؛ ففسي أثناء دفع أحد لاعبي كرة القدم الكرة صوب المرمى ؛ ينظر المشاهد صوب المرمى لأنه يتوقع حركة الكرة صوب هذا الاتجاه ، كما أن الطفل الذي يلقي بحصى صوب الماء تنتدفع عين المشاهد تجاه الماء لأنه يتوقع سقوطها هناك .

ثانياً: مبادئ التصميم:

قبل طرح مبادئ التصميم لابد من التفرقة بينها وبين عناصر التصميم ؛ فمعايير التصميم هي العناصر المكونة للشكل المرئي وتشمل : النقطة ، والخط ، والشكل ، والملمس ، واللون ، والقيمة ، والحجم ؛ بينما يقصد بمبادئ التصميم التأثيرات السيكولوجية الناجمة عن وضع عناصر التصميم .

وقد تباين العلماء في تناولهم لمبادئ التصميم ؛ فهناك من رأي أنها تتكون من أربعة مبادئ فقط ، وهناك من رأي أنها تتكون من سبعة مبادئ ، وهناك من رأي أنها تتكون من تسعة مبادئ ؛ إضافة إلى ذلك ، هناك من قدم بعض عناصر التصميم على أنها مبادئ للتصميم ، والعكس صحيح أيضا ؛ فهناك من قدم بعض مبادئ التصميم على أنها عناصر للتصميم ، ورغم هذا التباين إلا أنه كان هناك شبه اتفاق بينهم حول بعض مبادئ التصميم منها : التوازن ، والوحدة ، والتباين ، والإيقاع .

بيد أن الاختلافات شملت مبادئ : الاتجاه [Direction] ، والتكرار [Repetition] ، والنسبة [Proportion] ، والتناغم [Harmony] ، والستدرج [Gradation] ، والحركة [Movement] ، والسيطرة [Dominance] ، والمحاذاة [Alignment] ، والقربا [Proximity] ، والإيقاع [Rhythm] .

وعليه يمكن تصفية بعض هذه المبادئ على النحو التالي ؛ فمبدأي الوحدة والإيقاع يتحققان من خلال تكرار بعض عناصر التصميم على الصفحة ، لهذا يمكن استبعاد مبدأ التكرار ، كما أن مبدأ الاتجاه جزء منه ينتمي إلى مبدأ الحركة ، وجزء آخر ينتمي

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الثاني

إلى مبدأ المحاذاة لهذا يتم استبعاد هذا المبدأ أيضا ، ونفس النطق يمكن استبعاد مبدئي السيطرة والتناغم إذ أنهما مبدآن مكملان للمبادئ السابقة ؛ وعليه يمكن تصفية مبدأ التصميم إلى سبعة مبادئ أساسية من وجهة نظرنا هي : التوازن ، والوحدة ، والتباين ، والحركة ، والإيقاع ، والتناسب ، والمحاذاة .

وقبل الدخول في تلك المبادئ هنالك مجموعة من المعايير والضوابط يجب أن نتوء عليها أولا :

* يمكن امتزاج مبدئين أو أكثر من مبادئ التصميم في العمل الفني ؛ فيمكن علي سبيل المثال تحقيق التباين مع التوازن ، ويمكن أيضا تحقيق التكرار مع التوازن ، ويمكن تحقيق التناغم مع كل من التباين والنسبة والتدرج والحركة .

* هناك بعض المبادئ التي تتحقق علي نطاق واسع في الصفحة مثل التوازن والوحدة ، وهناك بعض المبادئ التي تتحقق علي نطاق ضيق علي الصفحة مثل التباين الذي قد يكون بين عنصرين قريبين .

* يصعب الفصل بين مبادئ التصميم ، فمبادئ التصميم تؤدي إلي بعضها البعض .

بناء علي ذلك نعرض لهذه المبادئ بشيء من الإيجاز - ففرض هذه المبادئ بالتفصيل يحتاج إلي العديد من الدراسات - ؛ فالهدف الأساسي لا يسعى لرصد هذه المبادئ إنما هو تطبيقها علي تصميم الصحف الإلكترونية .

(أ) التوازن (التوازن) :

التوازن هو الإحساس بتوازن وتساوي عناصر التصميم ، ويقصد بالتوازن عدم إنقال جزء من الصفحة أو أكثر بالعناصر البنائية في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر أو يكاد ، ويأخذ عادة التوازن أحد ثلاثة أشكال هي : التوازن التماثلي ، والتوازن اللاتماثلي ، والتوازن الإشعاعي (*) ، وهم كما يلي :

(*) Cindy Kovalik (2003) Visual Literacy: Design Principles - Balance available online [URL] <http://vlo.educ.kent.edu/design/principles/balance/index.html>

(١) التوازن التماثلي [Symmetrical Balance]:

يسمى التوازن التماثلي بالتوازن الشكلي [Formal Balance] ، ويتيح هذا النوع من خلال تقسيم الصفحة إلى أجزاء متساوية (أقسام ، أو أرباع ، أو أثمان) ، ويأخذ هذا النوع ثلاثة أشكال^(*) هي :

• تماثل رأسي [Vertical Symmetry] : يتم عندما تقسم الصفحة أو أحد أجزائها إلى نصفين أحدهما في الناحية اليمنى ، والآخر في الناحية اليسرى .

• التماثل الأفقي [Horizontal symmetry] : يتم عند تقسيم الصفحة أو أحد أجزائها إلى نصفين أحدهما في القسم العلوي من الصفحة ، والآخر في القسم السفلي .

• التماثل الأفقي الرأسي يتم في هذا النوع تقسيم الصفحة أربعة أقسام متساوية .

ويضم التوازن التماثلي بداخله التوازن التقريبي [Approximate Symmetry] الذي يكون متساوي الأجزاء بالتقريب ؛ فالأشكال مرتبة حول خط الارتكاز في الصفحة^(*) .

استخدمت صحيفة الأهرام مبدأ التوازن التماثلي في تقديم موضوعاتها في صفحة بدتها ، فقد قسمت صفحة البدء إلى نصفين بشكل رأسي ، كما هو موضح في الشكل التالي ، فلو قسمنا هذه الصفحة إلى نصفين من أعلي لتبين لنا تساوي الشق الأيمن مع الشق الأيسر في الشكل (أ) ؛ حيث يمر خط الارتكاز في منتصف الصورة الإخبارية ، أما لو قسمنا الشكل (ب) إلى نصفين لمر خط الارتكاز بين الصورة والنص قاسما الصفحة إلى نصفين متماثلين في الجهة اليمنى يوجد النص وفي الجهة اليسرى توجد الصورة علي نفس المساحة .

(*) Jacci Howard Bear (2003) Desktop Publishing: Class 2: Balance Lesson2: symmetry, available online [URL] <http://desktoppub.about.com/library/weekly/aa052301b-symmetrical.htm>

(*) Art Design and Visual Thinking (2003) Principles of Design, available online [URL] <http://char.txa.cornell.edu/language/principi/principi.htm>



شكل (ب)



شكل (أ)

شكل (٤٥) وضع التوازن التماثلي في صحيفة الأهرام

(٢) التوازن اللاتماثلي [Asymmetrical Balance]:

ينتج التوازن اللاتماثلي عن طريق تقسيم الصفحة إلى أجزاء غير متساوية ؛ وذلك من خلال وضع صورة كبيرة متجاورة مع مجموعة من الصور الصغيرة ، ويقيد التوازن اللاتماثلي المصمم في ترتيب عناصر الصفحة ، ويمكن من خلال هذا المبدأ أن يخلق المصمم الإحساس بالحركة والتوتر والفرح والإثارة والغضب^(*).

(٣) التوازن الإشعاعي [Radial Balance]:

يقصد بالتوازن الإشعاعي أن هناك نقطة مركزية عوضاً عن محاور الارتكاز الموجودة في التوازن التماثلي واللاتماثلي ، وهذه النقطة المركزية هي بمثابة نواة الإشعاع التي تأخذها العناصر البنائية نقطة انطلاق تدور حولها من زاوية ، ومن زاوية أخرى تعد هذه النقطة بمثابة نقطة جذب يجذب بصر القارئ أو المشاهد إليها ، ثم ينطلق منها حول بقية العناصر البنائية ، ويشبه التوازن الإشعاعي حركة الإلكترونات حول النواة ، كما أن حركة الاتزان الإشعاعي لا تقتصر على الحركة الدائرية ، بل يمكن أن تأخذ شكل الحركة اللولبية [spiral] ؛ وفي الحركة اللولبية يكون هناك أكثر من نقطة مركزية يدور حولها بصر القارئ أو المشاهد^(†).

(*) Jaci Howard Bear (2003) Desktop Publishing; Class 2: Balance Lesson 2: Asymmetrical, available online [URL] <http://desktoppub.about.com/library/weekly/aa052301c-asymmetrical.htm>

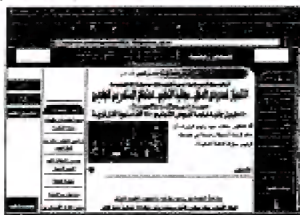
(†) Howard Bear Jaci (2003) Desktop Publishing; Class 2: Balance Lesson2: Radial, available online [URL] <http://desktoppub.about.com/library/weekly/aa052301d-radial.htm>

إخراج الصحف الإلكترونية

لقد اتبعت صحيفة الجمهورية هذا المبدأ في تصميم صفحة بدتها ؛ فإذا ما نظرنا إلى شكل (1) يتضح أن هناك صورة في مركز الصفحة يعلوها عنوان رئيسي وأسفلها عنوان وأسي آخر ، وعلي يسار الصورة عمود يحتوي علي مجموعة من العناوين المجمع ، وعلي يمينها عمود ثابت يحتوي علي أبواب الصحيفة وتقسيماتها ، أما إذا ما نظرنا إلى شكل «ب» فإننا نجد ثلاث صور عمدة (*) بخط أفقي يعلوهم عنوان رئيسي ، وأسفل الصور الثلاث عنوان رئيسي ، وعلي يمينهم عمود ثابت يحتوي علي أبواب الصحيفة وتقسيماتها، وعلي يسارهم عمود ثابت يحتوي علي عناوين مجمعة.



شكل (1)



شكل (2)

شكل [46] يوضح: التوازن الإشعاعي في صحيفة الجمهورية

أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فلم يتما أي نوع من أنواع التوازن في تقديم موادهم إلي المستخدم ؛ وإن كان تنسيق صحيفة اليو أس آيه توداي يميل قليلا إلي مبدأ التوازن اللاتحائي ، ولكن يجهض هذا التخمين عدم تساوي أعمدة الصحيفة ، وعدم توزيع العناصر البتائية علي محور الصفحة بشكل مناسب .

(*) بعد هذه العدد استثنائي في صحيفة الجمهورية ؛ لأنه يتناول لقاء قمة بين الرئيس مبارك والرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش ؛ مما اضطر الصحيفة إلي وضع ثلاثة صور تحوي لقاءات الرئيس مبارك وهي من اليمين إلي اليسار : الرئيس المصري والرئيس الأمريكي ، الرئيس مبارك وهو يلقي خطابه ، الرئيس مبارك ووزير الدفاع الأمريكي راسفلد . أما شكل (1) فهو القاعدة في الصحيفة . لروية الصورة أنظر : عدد ٦٠ من مارس ٢٠٠٢

(ب) الوحدة:

تعرف الوحدة بأنها العلاقة بين العناصر المرئية، وتمطي الوحدة الإحساس بالانسجام من خلال تنظيمها بين تلك العناصر؛ فالصور والنصوص التي بينها أشياء مشتركة مثل اللون تعطي الإحساس بمعنى واحد^(*).

يغطي هذا المبدأ باهتمام لدي المدرسة الشكلية [Gestalt]؛ حيث تري أن العناصر القرية من بعضها البعض تؤدي إلى الوحدة، وتري ضرورة أخذ هذا الموضوع في الاعتبار عند تصميم صفحات الويب؛ فوضع الصور مجاورة للنص أو بالقرب منه تساعد في تفسير الرسالة وفهمها^(†).

وتنقسم الوحدة عادة إلى نوعين:

النوع الأول: وحدة الموضوع؛ ويقصد به جعل كل موضوع يظهر كأنه متفرّد عن بقية الموضوعات، وذلك من خلال تمييزه بسمة معينة قد تكون نوع الخط، أو الشكل الذي يحتويه كأن يكون شكلاً مربعاً أو مستطيلاً، أو لون نصوصه، أو أن تكون أوضاعه تختلف عن بقية الموضوعات الموجودة على الصفحة.

النوع الثاني: وحدة الصفحة؛ ويقصد بها وحدة الصفحة ككل، وذلك من خلال خلق وحدة تربط وحدات الموضوعات القرية بعضها ببعض، فإن وحدة الموضوع لا تنفي وحدة الصفحة ولكنها تؤكد لها؛ فيمكن أن تكون هناك وحدة عامة تربط بين وحدات الموضوعات مثل حجم الخط أو نوع الخط، وفي نفس الوقت، يمكن أن تكون هناك وحدة الموضوع من خلال تمييزه بلون معين.

ثمة العديد من العناصر البنائية يمكن التعميل عليها في تحقيق الوحدة - بصورة كبيرة - عبر الصفحة هي:

اللون: الذي يستطيع أن يخلق وحدة بصرية بين الموضوعات المختلفة؛ وذلك من خلال تكرار أحد الألوان أو بعض درجاتها عبر الصفحة، كما يمكن أن تسهم الألوان

(*) Cindy Kovalik (2003) Visual Literacy: Design Principles – unity, available online [URL] <http://vlo.educ.kent.edu/design/principles/unity/index.html>

(†) Encyclopedia of Educational Technology (2003) Repetition & Contrast, available on line [URL] <http://coe.sdsu.edu/eet/Articles/visualperc1-.htm>

إخراج للمصحف الإلكتروني الباب الثاني

في تحقيق وحدة الموضوع عن طريق استخدام درجات لونية متقاربة في المتن والعنوان الرئيسي والفرعي تؤدي إلى انتقال البصر بصورة انسيابية من درجة لونية إلى أخرى .

الخط : يمكن أن يحقق الوحدة بين عناصر الموضوع الواحد والموضوعات المختلفة ، فيمكن أن يحقق الوحدة بين الموضوع عن طريق استخدام نفس عائلة الحرف في تقديم العنوان والتميز وتعليق الصور ، وينفس الطريقة يمكن أن يحقق الوحدة بين الموضوعات المختلفة عن طريق تثبيت أحد عائلات الحروف في المتن أو العناوين .

الحجم : يقصد بالحجم هنا تثبيت بعض أحجام الصور على الصفحة ، وتثبيت بعض أحجام الحروف ، وتثبيت بعض أطوال الأعمدة على الصفحة ، وتقديم مساحات متقاربة لبعض الموضوعات .

الشكل : يقصد به تقديم شكل متماثل سواء أكان ذلك للصور أم النصوص أم الأعمدة ، فيمكن أن تقدم الصحيفة صورها بشكل مربع أو مستطيل أو دائري أو شبه دائري ، كما يمكن أن تقدم النصوص بشكل واحد كأن تكون بخط [Bold] أو مائل [Italic] .

يبدو أن المصحف الإلكتروني الأربع عينة الدراسة تباينت في استخدامها للون النص الفائق (اللون الأزرق) في خلق الوحدة على الصفحة ، فقد استخدمت صحيفة الأهرام هذا اللون في كل عناوين أخبارها الفائقة ، وقد استخدمته صحيفة الجمهورية بنفس الطريقة باستثناء عنوان الخبر الرئيسي الذي تضعه على هيئة صورة تخضع ألوانها لألوان العنوان الرئيسي في صحيفة الجمهورية الورقية ، أما صحيفة اليو أس إيه توداي فقد استخدمت اللون الأزرق في بعض عناوينها وقدمت البعض الآخر باللون الأحمر الداكن ، أما صحيفة اليو أس إيه توداي فقد استخدمت اللون الأسود في تقديم عناوينها الإخبارية محققة الوحدة به بين موضوعاتها المختلفة .

ومثلما تباينت صحف الدراسة الأربع في استخدامها للون لتحقيق الوحدة ، فقد تباينت أيضا في استخدامها للخط لتحقيق الوحدة ، فقد استخدمت صحيفة الأهرام خط [Arial] في كل نصوصها وعناوينها محققة به مبدأ الوحدة ، أما صحيفة الجمهورية فقد تركت لمستعرض الويب تقديم الخط الافتراضي الذي لديه محققة بذلك وحدة الصفحة ككل مثلها مثل صحيفة الأهرام ، في حين تبنت صحيفة النيويورك تايمز أسلوبا مختلفا في تقديم خطوطها ، فقد استخدمت خط [Arial]

إخراج الصحف الإلكترونية - الباب الثاني

لتقسيمات الصحيفة الثابتة ، وخط [Times New Roman] لعناوينها الإخبارية ومتونها ، أما صحيفة اليو أس آيه توداي فقد تبنت تحقيق الوحدة الإجمالية للصفحة من خلال استخدامها لخط [Arial] لكل نصوصها .

أما بالنسبة لاستخدام صحيفتي الأهرام والجمهورية للصور ؛ فقد استخدمتها في تحقيق وحدة الصفحة ككل ؛ فقد استخدمت صحيفتا الأهرام والجمهورية صوراً إخبارية - في أغلب الأحيان - متماثلة المساحة لتقديم موضوعاتها الإخبارية ، كما تشابهت كل من صحيفتي اليو أس آيه توداي والنيويورك تايمز في تقديم العديد من الصور المتماثلة في الحجم سواء في الصفحة ككل أو في موضوع واحد على الصفحة ، وقد وفقنا بذلك في تحقيق وحدتي الموضوع والصفحة .

يتبن من العرض السابق أن صحف الدراسة الأربع أعلنت من وحدة الصفحة على حساب وحدة الموضوع ، رغبة منها في تحقيق اتسائية الرؤية ، وعدم تحقيق التمازج البصري بين وحدة الموضوع ووحدة الصفحة .

(ج) الحركة:

يقصد بالحركة الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد حول وخلال عناصر التصميم المرئي ، ويتطلب تحريك عين المشاهد خلال صفحة الويب - بصفة عامة - مراعاة مجموعة من الاعتبارات منها^(*) :

- * ضرورة وضوح أدوات الإبحار المتمثلة في الروابط .
- * ضرورة ترتيب العناصر البنائية على الصفحة حتى لا تتحرك العين حركة عشوائية ، وعليه يجب أن تكون العناوين أولاً تتلوها الصورة تليهما الروابط^(*) .
- * ضرورة ترتيب العناصر المتشابهة بطريقة مستدرجة ؛ فالتدرج يضيف الحركة للأشكال ؛ فعلى سبيل المثال فإن التدرج من اللون المظلم إلى المضيء يوجه حركة العين عبر الشكل^(†) .

(*) Using The Principles of Good Web Page Design

(*) هذا المبدأ يتعارض مع استمرارية القراءة ، غير أن واجهة الصحيفة ليست للقراءة المستمرة ، ولكنها مثل واجهة المحلات التجارية التي تعرض فيها المشتريات ، فهي تضع أدوات جذب للإبصار تدفع المستهلكين للدخول إلى الحل التجاري .

(†) JOHN LOVETT (1999) Design and colors, available online [URL]

إخراج الصحف الإلكترونية الهدف الثاني

* ضرورة ترتيب الأحجام من الأكبر إلى الأصغر أو العكس؛ فمن غير المقبول تحريك العين بين أحجام مختلفة الكبر والصغر؛ لأن ذلك ينافي مبدأ إبطار العين؛ ففي حالة الأحجام الكبيرة تكون حدقة العين علي أقوى اتساع لها، أما في حالة الأحجام الصغيرة؛ فإن حدقة العين تكون ضيقة جداً، ووضع شكل صغير بين حجمين كبيرين يجعل حدقة العين تصغر بصورة قسرية مما يصيبها بالإجهاد، والعكس صحيح أيضاً، فإن وضع شكل كبير بين شكلين صغيرين يجبر حدقة العين علي أن تتسع بشكل مفاجئ مما يصيبها بالإجهاد أيضاً.

بالإضافة إلى الاعتبارات السابقة هناك بعض المؤثرات التي تقوم بدور محوري في توجيه حركة العين، فالخطوط المائلة تؤدي إلي إيهام المستخدم بأن هنالك حركة في التصميم، كما أن التغيير في الاتجاه أو التغيير بين الضوء والظلام يوهم المستخدم بأن هنالك حركة في التصميم^(*)، وعلة فإن الحركة في التصميم لها مجموعة من الخصائص منها^(٢):

(١) الاتجاه:

يأخذ اتجاه حركة العين علي الصفحة أحد ثلاثة أشكال:

* من اليمين إلي اليسار أو العكس، يظهر هذا النوع عادة في القراءة؛ فالعين تتحرك في قراءتها للغة اللاتينية من اليسار إلي اليمين، بيد أنها تتحرك في اللغة العربية من اليمين إلي اليسار.

* من أعلي إلي أسفل أو العكس، تظهر هذه الحركة عادة مع ترتيب مجموعة من الصور بطريقة رأسية علي الصفحة.

* من الأسام إلي الخلف أو العكس؛ وتحدث هذه الحركة عادة في الرسوم ثلاثية الأبعاد لتساعد العين علي إدراك العمق أو البعد الثالث.

(*) Cindy Kovalik (2003) Visual Literacy: Design Principles – movement, available online [URL] <http://vlo.educ.kent.edu/design/principles/movement/index.html>

(٢) أشرف صالح (١٩٩٩) تصميم المطبوعات الإعلامية: مطبوعات العلاقات العامة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ص ١٢٦-١٢٧.

(٢) المفعول:

يقصد بمعدل الحركة سرعة أو بطء حركة العين في إدراكها للأشكال ، ويقسم هذا النوع إلي ثلاثة أنواع :

* حركة سريعة : تحدث هذه الحركة عند الانتقال من صورة إلي أخرى ، أو من عنوان موضوع إلي عنوان موضوع آخر .

* حركة متوسطة : تحدث عند الانتقال من سطر إلي آخر ، أو من عمود إلي آخر .

* حركة بطيئة : تحدث عند الانتقال من حرف إلي آخر ، ومن كلمة إلي أخرى ، أو من أحد تفصيلات الصورة إلي غيرها من التفصيلات بنفس الصورة .

(٣) النوع:

يقصد بنوع الحركة الطريقة التي تسلكها العين في إدراكها للأشكال المصفوفة علي الصفحة ، وتأخذ هذه الأشكال .

* حركة مرسومة طولياً : تحدث عند تحريك العين لقراءة سطر معين مكتوب بطريقة أفقية .

* حركة بندولية : تشبه هذه الحركة حركة بندول الساعة ؛ أي تتأرجح من اليمين إلي اليسار ثم العكس . . . وهكذا ، مثلما يحدث في الانتقال من موضوع إلي آخر ، أو من صورة إلي أخرى ، أو من عنوان إلي عنوان ، أو من سطر إلي سطر .

* حركة دائرية : تحدث الحركة الدائرية عند وضع بعض العناصر البنائية الثقيلة التي تتمتع بجذب بصري مثل الصور والعناوين بشكل دائري علي أطراف الصفحة ، فتقوم العين بالمرور علي هذه الصور بشكل دائري .

ويتطابق مبدأ الحركة علي صحف الدراسة الأربع يلاحظ تطبيق هذه الصحف لمبدأ الحركة في كل أشكالها من صور وعناوين ونصوص ، بيد أنها تتباين في طريقة التقديم ، فالصحف الأمريكية علي سبيل المثال ؛ تقوم بوضع مجموعة من العناوين الكثيرة علي الصفحة مما يجبر معه العين علي القيام بحركة سريعة لمسح تلك العناوين ؛ وتتميز هذه الحركة بأنها حركة استكشافية يسعى القارئ من ورائها إلي تكوين صورة كلية عن الموضوعات الموجودة علي الصفحة .

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**
 أما الصحف المطبوعة فتضع مع بعض موضوعاتها الرئيسية بعض النصوص مما يجعل عين القارئ تتحرك حركة بطيئة لاستيعاب الموضوع المنشور بطريقة تؤدي إلي فهم ما به ، وتسمى هذه الحركة بالحركة الإيمانية الطويلة [Long Scan].
 تبقى في موضوع الحركة مسألة مهمة وهي الرسوم المتحركة ، حيث تعتمد هذه الصورة علي مبدأ الخداع الذي سبق تناوله في مبحث الوسائط الفاتكة .

(د) التباين:

يعرف التباين بأنه التبادلية [Alternatively] بين عناصر التصميم المختلفة مثل : التبادل بين الإضاءة والإظلام ، والنعومة والخشونة ، والدفء والبرودة ، والكبر والصغر ، كما يعرف بأنه تجنب تواجد العناصر المتشابهة في الحجم واللون والمساحة متجاورة لبعضها البعض^(*).
 يساعد التباين في تسليق المعلومات في الصفحة ؛ فالتباين بين العناوين والمقدمات والعناوين الفرعية والنصوص يساعد عين القارئ في استيعاب الرؤية موضعها المالك التي يمكن أن تتوجه إليها العين عبر النص^(†) ، ويأخذ التباين مجموعة من الأشكال منها :

التباين بين الشكل والأرضية^(‡)

يحدث التباين بين الشكل والأرضية نتيجة انخفاض وارتفاع الطاقة البصرية ؛ فعندما تنخفض الطاقة البصرية يكون الجزء المرئي أرضية ، وعندما ترتفع يكون الجزء المرئي شكلا ، وهذا يؤكد أن للأرضية هيئة سالبة ، كما أن للشكل هيئة موجبة ، ويقوم التباين بينهما بشكل توفيق ليحتمل منهما شيئا واحدا تدركه العين .

(*) Principle of Design, available online [URL] <http://www.crazysttic.com/www/get237/principlesofdesign/html/contrast.html>

(†) Chris H. Lewis (2000) Graphic Design, Web Design & Usability Ph.D. Sewall Academic Program; University of Colorado at Boulder, available on line [URL] <http://www.colorado.edu/Am:studies/lewis/Design/usable.htm>

(‡) عبد العزيز سعيد الصويحي ، الإخراج الصحفي والتصميم (: لأنكار والأفلام والحواسيب) ص ٢٣٠

التباين بين الأشكال:

يحدث التباين بين الأحجام عن طريق تباين العناصر من نفس النوع مثل : تباين الصور الصغيرة والكبيرة ، وتباين الحروف الكبيرة والصغيرة ، والتباين بين المساحات الكبيرة والصغيرة .

التباين بين القيم:

هو التباين النسبي بين الإضاءة والإظلام .

تباين الألوان:

يستدرج التباين بين الألوان بدءاً من التباين الكامل والتباين المتوسط والضعيف ، وهم كما يلي :

• التباين الكامل (الناقض) [Polarity] : يحدث التباين الكامل بين الألوان المتقابلة في عجلة الألوان ، والتي يطلق عليها بالألوان المتممة أو (المكملة) [Complementary colors]

• التباين المتوسط : يحدث التباين المتوسط بين الألوان الثلاثية [Triads Colors] في عجلة الألوان ؛ أي ثلاثة ألوان متساوية المسافات في العجلة اللونية .

• التباين الضعيف : يحدث التباين الضعيف بين الألوان التماثلية [Analogous Colors] ، وهي الألوان التي لها كُتَّة مشتركة .

ولكل نوع من التباينات اللونية الثلاث التأثيرات السيكولوجية التي يؤديها داخل الصحيفة ، فالتباين التام يؤدي إلى الاضطراب وعدم الاتزان ، والتباين المتوسط يؤدي إلى التنافس بين الألوان في جذب الانتباه ، في حين يؤدي التباين الضعيف إلى الشعور بالوحدة بين عناصر التصميم .

تباين الأشكال:

يتحقق تباين الأشكال من خلال طريقتين : الأولى عن طريق استخدام الاتجاه مثل : الاتجاهات الأفقية والرأسية ، الثاني : عن طريق استخدام الأشكال الهندسية مثل ، المستطيلات والمربعات والدوائر والمستطيلات والأشكال الخماسية والسداسية ، والأشكال المنتظمة وشبه المنتظمة والمنحرفة ، والأشكال المائلة والمستقيمة .

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**
 أما صحيفة النيويورك تايمز ؛ فلم تعمل كثيراً علي استخدام مبدأ التباين إلا في التباين بين العناوين كبيرة الحجم والنصوص ، والتباين بين العناوين الرئيسية لأبوابها التي تستخدم لها اللون الأحمر وبين عناوينها الفرعية التي تستخدم لها اللون الأزرق ، فهي تركز علي مبدأ الوحدة أكثر من تركيزها علي مبدأ التباين .

(هـ) المحاذاة:

يشير مصطلح المحاذاة إلي الطريقة التي تصطف بها عناصر التصميم خلال الصفحة^(*) ، وتنقسم المحاذاة إلي نوعين هما^(**) :

(١) المحاذاة الأفقية [Horizontal Alignment] :

تشمل محاذاة النصوص ناحية اليمين أو اليسار أو الوسط أو الضبط ، ولكل نوع من هذه الأنواع الأربعة مزاياه وعيوبه ، فعييب المحاذاة ناحية اليمين أو اليسار في اللغة الإنجليزية والعربية عدم ضبط نهايات الحروف ، بيد أنها تتميز بعدم ترك مسافات بيضاء زائدة بين الكلمات وبعضه البعض ، وعييب شكل الوسط عدم ضبط بدايات ونهايات كل سطر علي الجاتيين ويبرز ترك مسافات بيضاء ، وعييب شكل الضبط توسيع المسافات البيضاء بين الحروف ، ويميزه ضبط بدايات ونهايات الحروف .
 ونظرة سريعة علي صحف الدراسة يتبين بوضوح أن الصحف المصرية تركز إلي نمط محاذاة النصوص ناحية اليمين ، بيد أن الصحف الأمريكية تركز إلي المحاذاة ناحية اليسار ، وهذا أمر طبيعي لأن اللغة العربية تبدأ الكتابة من اليمين في حين تبدأ اللغة الإنجليزية الكتابة من ناحية اليسار .

أما نمط المحاذاة تجاه الوسط ، فقد استخدمته كل من الأهرام والجمهورية لتقديم عناوينها الرئيسية ، بيد أن النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي لم تستخدم هذا النمط لعناوينها إلا في حالات استثنائية^(*) .

وتشمل المحاذاة الأفقية حلاوة علي محاذاة النصوص محاذاة الأشكال المرتبة من صنور ورسوم ؛ وهذا المبدأ يجعلنا نرجع مرة أخرى إلي مبدأ الحركة فإن اصطفاك العناصر البنائية بصورة أفقية يجعل عين المشاهد تتحرك حركة أفقية من اليمين إلي

(*) Robbin Williams.(2003)Web Page Design - From Planning to Posting :Elements of Design, available on line [URL] <http://www.esstack.org/webdesign/page4.htm>

(†) Jaci Howard Bear (2003) Desktop Publishing: ALIGNMENT, available online [URL]<http://desktoppub.about.com/library/weekly/aa052301f-balanceassignment.htm>

(*) من هذه الحالات الاستثنائية عدد ٧ / ٤ / ٢٠٠٦ في جريدة النيويورك تايمز .

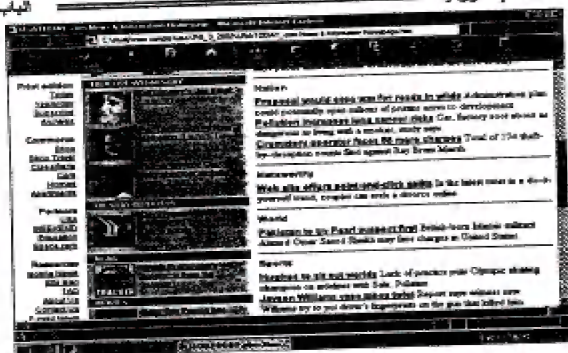
إخراج الصحف الإلكترونية اليسار أو العكس، وتناسب هذه الحركة استمرارية القراءة من ناحية، وتناسب حركة العين التي اعتادت الحركة الأفقية أكثر من الحركة الرأسية في مطالعتها للأشكال - من ناحية أخرى، وقد استخدمت هذا النوع صحيفة النيويورك تايمز في تقديم صورها، وهو ما يوضحه الشكل التالي:



شكل [٤٩] يوضح: المحاذاة الأفقية للصور في صحيفة النيويورك تايمز

(٢) المحاذاة الرأسية [Vertical Alignment]:

على غرار ضبط النصوص والأشكال المرئية بالاتجاه الأفقي تلجأ الصحف أيضا إلى الاتجاه الرأسى في تقديم بعض أشكالها المرئية. استخدمت هذا النوع صحيفة اليو أس آيه توداي في محاذاة صورها بصورة رأسية ورام بعضها البعض، وهذه المحاذاة تجعل المشاهد يبدأ بمشاهدة هذه الصور من فوق إلى أسفل وهو ما يوضحه الشكل التالي.



شكل [٥٠] يوضح مبادئ الصور بطريقة تقنية في صحيفة اليواس آيه توداي

(و) التناسب:

إذا كانت النسبة هي العلاقة بين شيئين أو عنصرين ، فإن التناسب هو علاقة بين ثلاثة عناصر أو أكثر^(*) ، كما يشير التناسب إلى تناسب الأحجام من زاوية ، ووزن العناصر المتنوعة في التصميم من زاوية أخرى^(٢) ، ويأخذ التناسب في الصفحة عادة عدة أشكال منها :

(١) التناسب في حجم حروف النصوص :

يقصد به تناسب حروف المتن مع المقدمة مع العناوين الفرعية ، وقد وضع علماء التصميم قاعدة لتناسب النصوص - سبق ذكرها في البحث الخاص بالعناصر البنائية التقليدية - وهي زيادة حجم العناوين عن المقدمات بمقدار نقطتين ، وزيادة المقدمات بمقدار نقطتين عن حجم المتن ، لتحقيق اتساقية الرؤية .

(*) كمال عبد الباسط الوحيشي (د.ت) أسس الإخراج الصحفي : دراسة تطبيقية على الصفحات الأولى في الصحف اليومية للفترة ١٩٦٩-١٩٧٣ م ، بتغازي : منشورات جامعة قارايونس ، ص ١٧٤ .

(٢) Art, Design, and Visual Thinking (2003) Principles of Design, available on line [URL] <http://char.txa.cornell.edu/language/principi/principi.htm>

(٢) التناسب في حجم الأعمدة:

يقصد بالتناسب حجم الأعمدة إلا يكون هناك عمودا كبيرا للغاية وآخر متناه الصغر؛ لأن هذا الإجراء يخل بالهيئة العامة للمصفحة، وعليه ينبغي أن يكون حجم الأعمدة متناسبا مع بعضه البعض من زاوية، ومتناسبا مع المواد التي تحتوي عليه من زاوية أخرى؛ فبالايجوز علي سبيل المثال أن يكون هناك عمود مكتظ بالنصوص والصور وآخر فارغ، وقد تمت مناقشة هذا الموضوع في المبحث السابق.

(٣) التناسب في مساحة الصور:

يجب أن تتناسب أحجام الصور مع بعضها البعض من زاوية، ويجب أن تتناسب أحجام تلك الصور مع الموضوع الذي تعرض له، فلا يصح أن تكون هناك صور كبيرة الحجم مع موضوع صغير جدا، والعكس صحيح أيضا، فمن غير المقبول أن تكون صورة صغيرة جدا مع موضوع كبير الحجم، وقد تمت مناقشة هذا الموضوع في المبحث الخاص بالعناصر البنيائية التقليدية (الصور).

(٤) الإيقاع (Rhythm):

يمرّف الإيقاع بأنه تكرار عناصر التصميم مثل الخطوط والأشكال والألوان والفراغات لكي تعطي التصميم الحيوية^(*)، ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر إلى آخر علي الصفحة^(٢)، وقد استعار فن الإخراج الصحفي هذا المبدأ مثله مثل سائر الفنون البصرية من الفنون الموسيقية، فإذا تمّ الإنصات إلى مقطوعة موسيقية يلاحظ أن هناك أصواتا تتغير، وفي المقابل هناك أصوات تتكرر مثل صوت دقة الطبلية، وهي تمثل الإيقاع الذي يربط النغمات المختلفة في نسق واحد^(٣).

(*) J. T. Allen and B. (1999) Formal Aspects of Design, available on line [URL] <http://s9000.furman.edu/cs16g/resources/elements.htm>

(٢) Integrated Publishing (2000) Newspaper Design Concepts, available on line [URL] <http://www.tpub.com/journalist/72.htm>

(٣) أشرف صالح (١٩٩٩) تصميم المطبوعات الإعلامية: مطبوعات العلاقات العامة، مرجع سابق ص

يلاحظ من هذا العرض أن هناك شبه تقارب بين مبدئي الوحدة والإيقاع يتمثل في تكرار بعض عناصر التصميم علي الصفحة ، بيد أن مبدأ الوحدة يختلف عن مبدأ الإيقاع في أن الأخير هو تكرار متوالي لبعض عناصر التصميم ، أما الوحدة فهي تتحقق بتكرار غير دوري ، وعادة ما يؤدي الإيقاع إلي الوحدة .

يرتبط الإيقاع عادة بمحاذاة الصور الأفقية والرأسية ؛ فالإيقاع يتحقق عادة في الصور المتسلسلة متماثلة المساحة والشكل واللون^(*) ، ويظهر بجلاء هذا المبدأ في الشكلين السابقين اللذان تناولتهما في مبدأ المحاذاة ، فهذه الصور تجمع في داخلها مبدأ وحدة الموضوع والإيقاع ، والمحاذاة ؛ مما يدل علي أن مبادئ التصميم متداخلة مع بعضها البعض ومتشابهة بدرجة يصعب القول معها أن هناك مبدأ واحداً في الصفحة ، فيمكن أن تتحقق مبادئ التصميم كلها في الصفحة ، ويمكن في ذات الوقت أن تتحقق في نفس الموضوع ، فيمكن أن يكون هناك تناغماً بين مبادئ الوحدة والتوازن والتناسب والإيقاع .

(*) نفسه ، ص ١٣٧ .

الفصل الثاني: الدراسة التقويمية

المبحث الأول: طرق تجديد الواجهة الإلكترونية

المبحث الثاني: نماذج تصميم الواجهة الإلكترونية



الدراسة التقييمية

مُهَيِّدٌ

تُعد الدراسة التقييمية من أرقى الدراسات ؛ إذ تتطلب علاوة على الوصف والتحليل والتفسير وإظهار المزايا والعيوب محاولة تنفيذ هذه العيوب وإصلاحها وتشذيبها وتقويمها بناء على الأسس والقواعد العلمية ، ولا تركز إلى ذاتية الباحث أو انطباعاته .

وللهروب من الذاتية والانطباعية ومحاولة تحجيمهما وتقديرهما قدر الإمكان ؛ فقد اعتمد الباحث على المعايير العلمية مستقياً إياها من ثلاثة مصادر أساسية هي :

- ١- البحوث الأكاديمية التي تناولت المعايير العلمية في التصميم .
 - ٢- الهيئات والمؤسسات العلمية التي آلت على نفسها تحمل عبء وضع معايير دولية خاصة بتصميم صفحات الويب .
 - ٣- الاستفادة من آراء المتخصصين عن طريق النقاش الحر حول بعض عناصر التصميم الحديث من خلال البريد الإلكتروني .
- علاوة على المعايير السابقة التي تُعد مرحلة أولية في طريق التقييم [Evolution] ؛ فقد لاحظ الباحث أن صفحات الويب لا تفيد إفادة كاملة من كل العناصر البنائية الموجودة على شبكة الإنترنت ، وقد أكدت الدراسة الراهنة تلك الملاحظة ، ومن ثم جاءت الدراسة التقييمية كمرحلة تكميلية للدراسة التحليلية التي أظهرت قصور الصحف الإلكترونية في العديد من الأوجه - نذكرها إجمالاً إذ تم عرضها تفصيلاً فيما سبق - ومنها :

- ١- عدم إعارة بعض القواعد العلمية التي وضعها الأكاديميون أو المصممون المتخصصون عين الاعتبار سواء أكان ذلك بالنسبة للعناصر البنائية الأساسية أم المساعدة أم التفاعلية .
- ٢- لم تقصد هذه الصحف من عناصر الجذب والابهار التي تذر بها الإنترنت في تقديم معلوماتها ؛ فلم تطرح معلوماتها بطرق تبادلية تسمح للمستخدم بالاختيار بين المضمون المرئي ، والمسموع ، والمسموع المرئي ، ولكنها

إخراج الصحف الإلكترونية **الهدف الثاني**
اعتمدت علي المضمون المرئي في أغلب الاحيان مرتدية الثوب التقليدي
للصحافة الورقية والمتمثل في النص والصور الثابتة .

٣- لم تطرح رؤي جديدة توسع من مساحة عرض الصفحة أمام المستخدم من
ناحية وتجعله يتفاعل معها من ناحية أخرى ، ولكنها ركزت إلي استخدام
المساحة التقليدية التي تقدمها شاشة الكمبيوتر .

أولاً: الإطار النظري للدراسة:

يشتمل الإطار النظري للدراسة علي كل من أهداف الدراسة والمدخل النظري
لها ، وهما كما يلي :

(أ) أهداف الدراسة التقويمية:

بناء علي ما سبق فإن أهداف الدراسة التقويمية تتركز حول :

١- بناء صحافة تفيد من القواعد العلمية الخاصة بالتصميم والتي طرحتها
الدراسات الأكاديمية ، والهيئات والمؤسسات العلمية المعنية بتصميم صفحات
الويب .

٢- محاولة الاستفادة شبه الكاملة والمتكاملة من كل العناصر البنائية التي تقدمها
الإنترنت بشكل يحقق للمستخدم الإشباع المعلوماتي من ناحية ، ويحقق له
التواصل الافتراضي من ناحية أخرى .

٣- استخدام أساليب مبتكرة في توسيع مساحة الصحيفة الإلكترونية .

ب) المدخل النظري للدراسة :

ثمة مدخلين نظريين يقفان وراء هذه الدراسة التقويمية ؛ الأول خاص بالدمج بين
العناصر البنائية التقليدية والإلكترونية المعروف باسم " النموذج المجهن " الذي قدمه
جورج جليدر ، وتهدف الدراسة من وراء استخدام هذا النموذج محاولة الوصول إلي
الإفادة القصوي من خلال دمج البني المعلوماتية التقليدية (النص والصور الثابتة) ،
بكل من البني المعلوماتية الإلكترونية (الوسائط الفائقة والوسائط المتعددة) ، والبني
المعلوماتية التفاعلية (التفاعلية المعلوماتية والتفاعلية التواصلية) ، ثم تضفير هذه البني

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**
المعلوماتية (التقليدية والإلكترونية) بالعناصر البنائية المساعدة لكي تتيح للمستخدم في النهاية صحيفة إلكترونية شبه متكاملة في طرحها للمعلومات المقدمة له.

أما المدخل النظري الثاني (إيهام المستخدم User Illusion)؛ فهو نموذج تصوري [Conceptual Model] خاص بالتعامل مع الواجهات الإلكترونية الجديدة وغير المألوفة من قبل المستخدم ، إذ يري كاي [Kay] أنه وفقاً للتجربة ثبت أن المستخدم يعد اعتياده علي النظم المعقدة والمجردة التي يقدمها الكمبيوتر بدأ يتخيل طريقة تنظيم الكمبيوتر ، وهذا النموذج العقلي يسمح للمستخدم بتنبؤ سلوك النظام بدون حاجة لحفظ كثير من الأوامر المعقدة.

ويشيد هذا النموذج من تعود المستخدم علي الأساليب الجديدة التي لا تتضمنها الصحف الإلكترونية؛ فهو قد تصادف بها علي صفحات الويب ، أو تعامل معها في بيئة الويندوز وإن لم يكن هذا ولا ذلك ؛ فهو قابل للتعود عليها بالترتيب .

ثانيه: الإطار الإجرائي للدراسة:

يشمل الإطار الإجرائي للدراسة علي المتطلبات التقنية للدراسة ، علاوة علي لغات البرمجة والبرامج التطبيقية المستخدمة في بناء الإطار التطبيقي للدراسة التقويمية ، وهما كما يلي :

(أ) متطلبات الدراسة التقويمية:

لكي تكون العناصر البنائية سليمة العرض أمام المستخدم يجب توافر مجموعة من المتطلبات في جهاز المستخدم وهي :

١- نظم Windows 98 أو Windows 2000 أو Windows ME أو Windows XP .

٢- مستعرض إنترنت [إنترنت إكسبلورر Internet Explorer] الإصدار الخامس أو ما فوق مدعم بالفتن العربية والإنجليزية .

٣- تباين شاشة [Resolution] قدره ٨٠٠ × ٦٠٠ بيكسل

٤- سرعة معالج ٥٠٠ ميغا هرتز MHz أو ما فوق .

٥- ذاكرة قدرها ٣٢ ميغا بيت MB أو ما فوق .

٦- مساحة فارغة في القرص الصلب قدرها ٢٠٠ ميغا بيت أو أكثر .

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الثاني

٧- ضبط ألوان الشاشة علي ٣٢ بت [Bit] أو ٢٤ بت أو ١٦ بت علي الأقل ، في حين لا يصلح ضبط الشاشة علي ٢٥٦ لون أو ١٦ لون .

ب) لغات البرمجة والبرامج المستخدمة في التصميم:

تستخدم الدراسة التقويمية لغتي [HTML] و [JavaScript] في بناء الصحف الإلكترونية ، فهي تستخدم لغة [HTML] في تنسيق النصوص ، وبناء الجداول ، والنصوص الفائقة ، وتعديل وضعية الصور علي الصفحة ، ووضع ملفات الفيديو والرسوم المتحركة ، وعلي الطرف الآخر تستخدم لغة جافا اسكربت في بناء صفحة تفاعلية وديناميكية غير صماء ، فإذا ما كانت لغة أتش تي أم ال تهتم ببناء الصفحة من الناحية التصميمية ، فلغة جافا اسكربت تبث فيها الحيوية والحركة .

علاوة علي هاتين اللغتين تستخدم الدراسة نموذج تنسيق الصفحات المعروف باسم تقنية صفحات الأنماط المتابعة [CSS] [Cascoding style sheet] الذي يتيح تنسيق كل من النصوص والألوان والخلفيات في الصفحة بطريقة تسمح بتوحيد العديد من العناصر البنائية ؛ فهو يسمح مثلا بتوحيد العناوين في الصفحة من حيث حجم الخط ونوعه ولونه ، وعلي نفس النوال توحد هذه العناصر بالنسبة للفقرات لكي تحقق الوحدة علي الصفحة .

وعلي الطرف الآخر تستخدم الدراسة العديد من البرامج والتطبيقات الجاهزة ، وهذه البرامج والتطبيقات هي :

- ١- برنامج [Animation Shop]^(*) المقدم من قبل شركة Jasc Software ؛
ويستخدم هذا البرنامج في بناء الرسوم المتحركة من نوعية [Gif]
- ٢- برنامج [Adobe Photoshop]^(*) المقدم من شركة Adobe ؛ يستخدم في تحسين جودة الصور .
- ٣- برنامج [Macromedia Flash]^(*) المقدم من قبل شركة [Macromedia] ؛
ويستخدم في بناء رسوم متحركة من نوعية [Flash] .

(*) Paint Shop Pro 6.0 Evaluation Version (1999) Jasc Animation Shop Inc Jasc Software

(*) Adobe (2002) Adobe photoshop 7.0 ME , Adobe Systems Inc.

(*) Macromedia Flash (2000) Macromedia Flash version 5.0, Macromedia Inc.

إخراج الصحف الإلكترونية **إطار التطبيقي للدراسة:**
٤- برنامج [DHTML Menu Builder] (*) المقدم من شركة [Xfxjumpstart] ؛ يستخدم في بناء القوائم المنسدلة .

الإطار التطبيقي للدراسة:
يهتم الإطار التطبيقي للدراسة بتوسيع واجهة الصحف الإلكترونية أمام المستخدم من خلال تقديم طرق مبتكرة لجعل المساحة الفيزيائية الثابتة أمام المستخدم تبدو وكأنها واسعة ؛ لذا فإن المبحث الأول من الدراسة التكوينية يحتوي على الأمثلة التي يمكن أن تفيد منها الواجهة الإلكترونية في تمديد مساحتها ، أما المبحث الثاني فإنه يمرض لأربعة نماذج - من تصميم الباحث - تشرح كيفية استخدام هذه الأمثلة بالتطبيق على صحف افتراضية من حيث أسمائها ومضمونها ؛ فهي لا تدل على أسماء صحف حقيقية ، ولا تقدم أخباراً فعلية .

البحث الأول

طرق تمديد الواجهة الإلكترونية

نظراً لضيق المساحة المعروضة أمام المستخدم فقد طرح الباحث مفهوم المساحة الافتراضية [Virtual Space] لواجهة الصحيفة كمفهوم بديل للمساحة الحقيقية التي يشاهدها المستخدم أثناء مطالعته للصحيفة، ويقصد بالمساحة الافتراضية المساحة المتولدة عن المساحة الحقيقية للصفحة، وذلك من خلال استخدام تقنيات التمدد والإيهام الإلكتروني التي تسمح للمصمم بتقديم عناصر بصرية إضافية على نفس المساحة الحقيقية للشاشة؛ لتعويض المساحة القليلة الموجودة في الصفحة المعروضة للقارئ.

هناك سببان رئيسيان دفعا الباحث إلى استخدام الواجهة الافتراضية :

الأول : إن المستخدم عادة ما يتصفح الجزء العلوي من الشاشة وتادراً ما يكمل قراءة بقية عناوين الصفحة الموجودة في الشاشات غير المرئية حتى يظهرها المستخدم (وذلك بسحبه لمزلاج الصفحة لأسفل) + لأنه يدرك بطبيعته أن الصحيفة اعتادت أن تضع الموضوعات غير المهمة في مؤخرة صفحاتها، بينما تدرج موضوعاتها المهمة في صدر صفحاتها الرئيسية .

الثاني : بروز عدد من الموضوعات المهمة التي تتطلب من مصمم الصحيفة أن يضعها في مقدمة واجهة الصحيفة الإلكترونية حتى لا يقلل من أهميتها .

ونظراً لصغر واجهة الصحيفة الإلكترونية يجب أن يفكر محررو الصحف الإلكترونية في طرق مبتكرة يتحايلون بها على المساحة الصغيرة وجعلها تبدو بمساحة أكبر من حجمها الفعلي، وبناء على ذلك يري الباحث أن هناك أربعة أنواع من المساحات يجب على المخرج أن يضعها في اعتباره وهو يصمم الصحيفة الإلكترونية، وهي كما يأتي :

*** المساحة الفيزيائية :**

هي المساحة الإجمالية للشاشة بدون حذف ما يشغله مستعرض الويب وهي ٨٠٠ × ٦٠٠ بيكسل كوضع الفراضي ، وهذه المساحة ثابتة سواء أكانت شاشة المستخدم ١٢ بوصة أم ١٧ بوصة .

*** المساحة الفعلية :**

هي مساحة الصفحة التي تظهر أمامنا على الشاشة بعد حذف المساحة التي يشغلها مستعرض الويب ، وهذه المساحة هي ساحة العمل التي يتعامل معها كل من المصمم والمستخدم .

*** المساحة التخييلية :**

هي المساحة التي يمكن أن تتضمن فيها الصفحة العناصر التي في خيال المصمم ، وهذه العناصر يمكن أن تضيف مساحات أخرى للشاشة تعوض مساحة الشاشة القليلة المعروضة أمام المستخدم .

*** المساحة الإدراكية :**

هي الصفحة الفعلية التي يراها المستخدم بعد إضافة المساحة التخيلية التي قدمها خيال المخرج ، غير أن هذه المساحة الإدراكية يقابلها عائق عدم تعود المستخدم عليها ، بيد أن هذا الاتهام أو هذا العائق مردود عليه من قبل نموذج خداع المستخدم [User Illusion] ، حيث يري هذا النموذج أنه وفقا للتجربة ثبت أن المستخدم بعد اعتياده على النظم المعقدة والمجردة التي يقدمها الكمبيوتر يبدأ يتوقع طريقة تنظيم الكمبيوتر ، وهذا النموذج العقلي يسمح للمستخدم بتنبؤ سلوك النظام بدون الحاجة لحفظ كثير من الأمور المعقدة^(*) .

وعلى هذا الأساس نطرح فيما يلي لمجموعة من الطرق التي يمكن أن يفيد منها مخرج الصحيفة الإلكترونية في توسيع مساحة الصحيفة الحقيقية جاعلها أكثر قدرة على استيعاب العديد من العناصر البنائية .

(*) Patrick J. Lynch, (1994) Visual Design for the User Interface Part 1: Design Fundamentals, Journal of Biocommunications 21, Yale Center for Advanced Instructional Media, available online (URL) <http://info.med.yale.edu/caim/manual/papers/guil.html>

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**

يمكن توسيع مساحة الصحيفة الإلكترونية بطريقتين معا أو الاكتفاء بواحدة منهما: الأولى المؤثرات البرمجية ، والثانية الوسائط المتعددة ، ولكل نوع من هذين الطريقتين إيجابياته وسلبياته التي يتم التعرض لها وتفتيدها في محاولة لتجنب الذاتية والتحيز لطرف علي حساب الآخر ، وهاتان الطريقتان هما :

أولاً: المؤثرات البرمجية:

تشتمل المؤثرات البرمجية علمي العديد من الطرق التي يمكن الاستفادة منها في توسيع مساحة الواجهة الإلكترونية - معتمدة علي نموذج إيهام المستخدم -؛ فهي تشغل حيزاً محدداً من الناحية الفيزيائية ، ولكنها في واقع الأمر تحتوي علي معلومات متعددة يمكن لو استخدمت مساحتها الحقيقية تشغل خمسة أضعاف المساحة الفيزيائية التي تشغلها علي الأقل .

تتضمن هذه المؤثرات القوائم المنبثقة [Drop menu] ، وأشرطة المعلومات [Information Bars] المتحركة ، والنصوص المتحركة متعددة الاتجاهات ، وهي كما يلي :

(أ) القوائم :

تنقسم القوائم إلي نوعين: أحدهما يتميز بشكله الجمالي الجذاب ، ويمكن أن يطلق عليه القوائم المنبثقة ، والآخر يتميز بإمكانياته المتواضعة ، ويمكن أن يطلق عليه القوائم المنسدلة ، وهما كما يلي :

(١) القوائم البرمجية المنبثقة :

يقصد بالقوائم البرمجية المنبثقة القوائم التي تظهر للمستخدم بمجرد وقوفه بمؤشر الفأرة علي أحد العناصر الجرافيكية ؛ فيتولد من هذا العنصر (القائمة) مجموعة من القوائم الفرعية ثم تعاود القوائم الاختفاء بمجرد تحريك مؤشر الفأرة عنها .

إن القوائم المنبثقة مثلها مثل سائر الجديد الذي ينظر له البعض بعين الريبة والشك قبل التعامل معه ، وكما أن للجديد نقاداً له أنصار يدافعون عنه ويؤيدون تواجده ، بيد أن قائمة النقاد الموجهة إلي القوائم المنبثقة تذوب في بوتقة المميزات الكثيرة التي توفرها .

تتميز القوائم المنبثقة بتفاعل المستخدم معها ، كما أنها تساعد في توسيع مساحة الصفحة أمام المستخدم ، وتفيد منها الصحيفة في تقديم أبوابها وإصدارات المؤسسة التابعة لها ، وتحظي هذه القوائم البرمجية المنبثقة بتدعيم كل من مستعرضي إنترنت كوميكتور وإنترنت إكسبلورر ، وتسهل علي المستخدم الولوج إلي الأخبار التي يريد بها بكل تحديد ؛ فهي تتيح له أن يدخل علي الأخبار الاقتصادية من قائمة الأخبار ، كما تسهل له الولوج إلي قائمة أكثر تخصيصا كان يدخل إلي الأخبار الاقتصادية المحلية أو الدولية ، وتسهم القائمة المنبثقة في تنسيق المعلومات في شكل يقيم رابطة بينها ؛ فالأخبار السياسية تتبع الأخبار الداخلية التي تتبع بدورها قائمة الأخبار ، كما يمكن أن تقوم القوائم المنبثقة بدور خريطة الموقع التي تحتوي علي كل تشعبات الموقع وفروعه .

أما النقد الموجه إلي هذا النوع فإنه يأخذ من ذريعة العادة هدفاً له ؛ فهو يري أن المستخدم لا يعتمد هذا النوع ، كما يري أن هذه القوائم لا تطرح موضوعاتها جملة واحدة للقارئ ، فهو لا يشاهد كل تقسيمات الصحيفة دفعة واحدة ، بيد أنه وفقاً لنموذج إيهام المستخدم فقد تعامل المستخدم مع هذا النوع أكثر من مرة في نظام التوافذ منذ ضغطه علي زر قائمة أبدأ [File] ، مروراً بقائمة ملف [File] وقائمة تحرير [Edit] وغيرهم الكثير من العناصر الموجودة في كل البرامج ، وبذلك لا يعد هذا النوع جديداً علي المستخدم .

< طرق صناعة القوائم المنبثقة :

تعتمد طرق صناعة القوائم ؛ فيمكن صناعتها بوحدة من أربعة طرق :

الأولي : لغات البرمجة مثل : جافا وجافا سكريبت وفيجول بيزك [Visual Basic] .

الثانية : برامج الرسوم المتحركة مثل : ميكروميديا فلاش [Micromedia flash] .

الثالثة : برامج صناعة القوائم مثل : [DHTML Menu Builder] .

الرابعة : تقنية [CSS]

ولكل نوع من هذه الأشكال الأربع مميزات وعيوبه ، فالقوائم المصنوعة من لغات البرمجة يمكن تشغيلها علي معظم المستعرضات ، إلا أنه يعيبها عدم ظهورها في حالة حدوث أي خطأ في كتابة كودها ، أما عيوب برنامج ميكروميديا فلاش ؛ فهو يحتاج

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الثاني
إلي وسيط تشغيل يكون متواجد علي الصفحة ، بيد أنه يتميز بإمكانية فتح ملف مجاور للقوائم توضع به المادة التي يضبط عليها المستخدم والتي يريد تصفحها ، أما برنامج صنع القوائم فيتيح إمكانيات جمالية عالية تتيح للمستخدم إدراج صور مع القوائم بالإضافة إلي سهولة عمله ؛ فهو لا يحتاج إلي كتابة أكواد برمجية بيد أنه يعيه صعوبة تواجد قائمتين علي نفس الصفحة .

ومن ثم فالأمر متروك لمخرج الصحيفة في اختيار الطريقة التي تروق له مع ضرورة الموازنة بين مميزات كل نوع وعيوبه .

< أنواع القوائم المبنية:

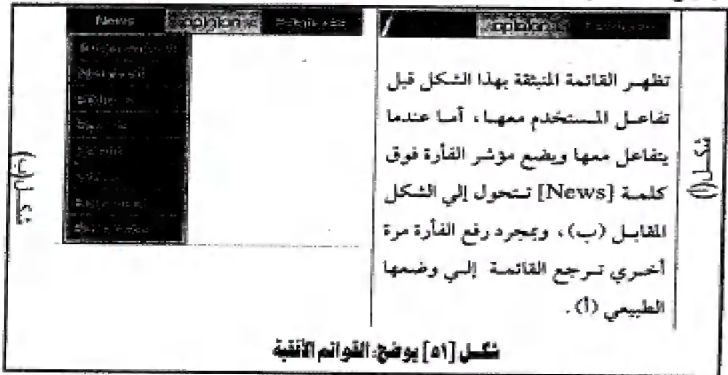
هناك طريقتان لتصنيف القوائم ، أحدهما خاص باتجاهها ، والآخر خاص بظهورها واختفاءها ، غير أن الفصل بين هذين التصنيفين للتوضيح فقط ؛ فقد تجمع القاتمة بين الاختفاء واتجاهها الرأسي أو الأفقي ، ويتفلس الطريقة يمكن أن تجمع بين ظهورها واتجاهها أيضا .

• القوائم حسب اتجاهها:

تنقسم القوائم حسب اتجاهها إلي نوعين : أحدهما أفقي ، والآخر رأسي ، وهما كما يلي :

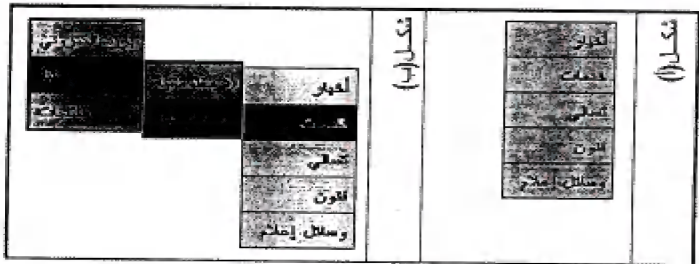
القوائم الأفقية:

هي التي تأخذ شكلاً أفقياً عند وضعها علي الصفحة ، أما عناصرها فتأخذ شكلاً رأسياً في ظهورها .



القوائم الرأسية:

تأخذ القائمة الشكل الرأسي في تقديم أقسام الصحيفة وأبوابها الثابتة، وهو ما يوضحه الشكل التالي:



إخراج الصحف الإلكترونية

الباب الثاني
بيد أن استخدام القوائم الرأسية أو الأفقية يتوقف على أسلوب الإخراج الذي يتبعه المخرج ؛ فإذا ما كان المخرج يتبع الإخراج الرأسي في تقديم الموضوعات فعليه أن يلجأ إلى القوائم المنبثقة الأفقية لتوسيع المساحة الرأسية أمامه والعكس صحيح .

*** القوائم حسب حركتها:**

تنقسم القوائم حسب حركتها إلى نوعين : قوائم مخفية ، وأخرى ظاهرة ، ونعرضهما كما يلي :

القوائم المخفية:

يقصد بالقوائم المخفية القوائم التي لا يظهر منها على الشاشة سوى جزء يسير يتفاعل معه المستخدم بالفأرة عن طريق إيقاف الفأرة عليه ، فيتحرك أيقوناتها داخل الصفحة ، وبمجرد أن يبعد عنه المستخدم الفأرة يعاود الاختفاء ثانية .

تسهم هذه القوائم في تقليص المساحة المفقودة من الصفحة ، فهي تترك مكانها لعنصر بنائي آخر ، كما أنها تجعل للصفحة شكلاً جذاباً ، بيد أن عيبها الوحيد يقع في احتمالية عدم مشاهدة المستخدم لها من أول وهلة .

القوائم العائمة:

وهي القوائم التي تتحرك مع المستخدم عندما يسحب مزلاج الصفحة إلى أسفل ، وهي تأخذ إحد شكلين إما ظاهرة أو مخفية .

هناك مجموعة من الاعتبارات يجب أخذها في الحسبان عند استخدام القوائم المنبثقة :

الاتجاه

يجب أن تكون القوائم في مكان مميز لها حسب اتجاه اللغة ؛ فبالنسبة للغة العربية توضع في الجهة اليمنى ، أما بالنسبة للغة الإنجليزية فتوضع في الجهة اليسرى ؛ وعلى نفس المنوال يجب ألا توضع في منتصف الصفحة لتأثيرها على حركة العين .

التباين

يجب أن تكون القوائم مخالفة للعناصر البنائية المجاورة لها من نصوص وصور ، حتى يدرك المستخدم أنها قوائم وليست نصوصاً أو صوراً ؛ ويأتي هذا الاختلاف في تقرير خلفياتها ونوع الخط المكتوبة بها ، أو الصور الحاوية لها ، أو لونها .

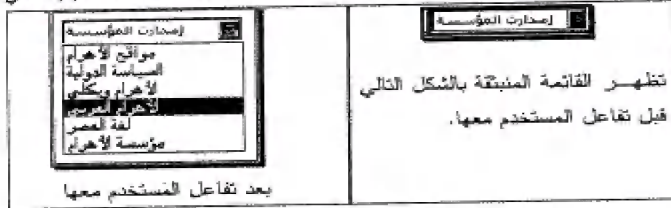
اتجاه إخراج الصفحة.

يجب مراعاة أن تكون القوائم المنبثقة متوائمة مع اتجاه إخراج الصفحة ؛ فتكون أفقية في الإخراج الرأسي ، ورأسية في الإخراج الأفقي ؛ لكي توفر مساحة كبيرة علي الصفحة .

(٤) القوائم البرمجية المنسدلة:

يقصد بالقوائم البرمجية المنسدلة القوائم التي لها شكل رأسي ثابت ، ولا يطرأ عليها أي تغيير نتيجة تفاعل المستخدم معها سوي انسدال القائمة لأسفل ، وتتم صناعة هذا النوع من قبل لغة [HTML] .

يمكن أن تفيد الصحافة الإلكترونية من هذا العنصر في عرض تقسيمات الصحيفة أو إصدارات المؤسسة الصحفية بدلاً من أن تشغل مساحة كبيرة في الصفحة الرئيسية ، تتميز القائمة المنسدلة بأنها تشغل مساحة قليلة علي الصفحة ، بيد أنه يعيبها عدم تعود المستخدم عليها ، وعدم ظهور محتوياتها دفعة واحدة أمام المستخدم ، ولكن هذا العيب يمكن تلافيه مع مرور الوقت ، فيكفي المستخدم مرتين ليعتاد علي هذا الشكل ، كما أن المستخدم سبق وأن تعامل كثيراً مع القوائم المنسدلة في استخدامه لنظام النوافذ ؛ فهي ليست غريبة عليه .



شكل (٥٣) يوضح: الفئات المتداولة

ب) أشرطة المعلومات:

تنقسم الأشرطة المتحركة إلى نوعين: وفقاً لمكان عرضها، الأول: يعرض داخل نطاق مساحة العرض، والذي يمكن أن يطلق عليه أشرطة المعلومات الداخلية، والآخر: يعرض خارج نطاق مساحة العرض، وينقسم بدوره إلى نوعين: شريط الحالة [Status Bar] وشريط العنوان [Title bar] الموجودان في المستعرض، لذا يمكن أن يطلق عليهما أشرطة المستعرض العلوية والسفلية، ونعرض لهذين النوعين كما يلي:

(١) أشرطة المعلومات الداخلية:

يقصد بأشرطة المعلومات الداخلية الأشرطة المتحركة داخل مساحة عرض الصفحة، وتأخذ حركتها أشكالاً شتى وفقاً لما يريد المصمم أن يؤديه من تأثيرات سيكولوجية؛ فقد تأخذ حركة اتجاهية (يمين، يسار، فوق، تحت) أو حركة ذاتية (ظهور وغياب).

تتعدد طرق صناعة شريط المعلومات بين لغات البرمجة فيمكن صناعته بلغة جافا أو جافا سكريبت أو فيجول بيزك، كما يمكن أن تسهم البرامج التطبيقية في عمل هذا النوع فيمكن صناعته من قبل برامج الحركة مثل: ميكروميديا فلاش أو غيرها، ولكل طريقة من هذه الطرق مميزاتا وعيوبها، ففي لغات البرمجة يتم التحكم في المعلومات وفقاً لما يريده المبرمج، بيد أنها تتميز بصعوبتها، وعلي العكس من ذلك البرامج

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**
الجاهزة التي تتيح للمصمم السهولة في تقديم المعلومات ، ولكنه يكون محدودا ببدائل
الحركة التي يقدمها البرنامج .

أنواع الحركة الداخلية وسكولوجيتها:

يمكن تقسيم الحركة الداخلية لشريط المعلومات - كما سبق- إلي نوعين : اتجاهي
و ذاتي ولكل نوع دلالاته السيكلوجية الخاصة ، وهما كما يلي :

*** الحركة الاتجاهية:**

تأخذ الحركة الاتجاهية أربعة مسارات في اتجاهها ، ولكل نوع من هذه المسارات
خصائصه وسماته السيكلوجية والبصرية التي يوديعها ، فالنوع المنحني إلي أعلي يولد
لدي المشاهد حركة أفقية تجعله ينظر إلي الموضوع الذي يعلوه ، وبذلك تتولد مناطق
أهمية جديدة ، وهو ما يوافق حركة العين ، أما النوع الذي يتجه إلي أسفل فلا يثقل
مع حركة العين ؛ ويجهد المشاهد له لأنه ينافي حركة العين العلوية .

أما الحركة ذات الاتجاه الأيمن فإنها تولد أهمية في الجهة اليمنى إذا كانت في
نهاية الصفحة اليمنى (في حافة الصفحة) ، أما إذا كانت في منتصف الصفحة فإنها تولد
أهمية يعني علاوة علي تهميش الجهة اليسرى لها لأن سيكلوجية الإبصار تدفع نظر
المشاهد صوب المكان الذي يذهب إليه الشيء المتحرك وليس إلي مصدره ، وعلي
العكس من هذه الطريقة تكون الحركة اليسرى ، وعليه يجب أن تبعد كل من الحركة
اليمنى واليسرى عن منتصف الصفحة .

لغة مجموعة من الاعتبارات يجب أخذها في الاعتبار من الناحية الفنية في تقديم شريط الأخبار:

التحديث:

يجب تحديث هذا الشريط باستمرار ، ولا يكون وجوده بدعوى التميز التكنولوجي
وإظهار القدرة البرمجية ؛ ولكن يجب أن يُحدَّث وفقا للمعلومات التي ترد إلي
الصحيفة .

ويجب التنويه إلي نقطة ضرورية بهذا الشأن : وهي ضرورة استخدام هذا الشريط
مع الصحف التي تقوم بالتحديث المستمر لا مع الصحف التي تكتفي بتكرار النسخة
الورقية ؛ لأن استخدامه مع هذه الصحف لا يكون ذا معنى ؛ فهي تفقد التحديث
أساسا .

سرعة عرض الأنباء:

يجب أن تتناسب سرعة عرض الأنباء مع سرعة قراءة العين، فيجب ألا تكون سريعة لدرجة عدم القدرة علي اللاحق بها، ولا تكون بطيئة لدرجة تجعل المستخدم في انتظار ورود هذه المعلومات.

كمية المعلومات المعروضة

يجب ألا تكون كمية الأنباء الواردة في هذا الشريط كبيرة، فإن كبر حجمها يجعل المستخدم في انتظار ورود الأنباء تاركاً باقي الصفحة بدون مشاهدة، وللغروب من كمية الأنباء الكبيرة الواردة علي الشريط يجب أن يكون في صدر صفحة البدء مكان لترحيل الأنباء القديمة إليه أولاً بأول، ويجب ألا تكون هذه المعلومات قليلة لدرجة تقلل من أهمية شريط المعلومات.

وعلي الرغم من أهمية هذا الشريط في عرض المعلومات الحديثة التي ترد إلي الصحيفة، إلا أن يد الناقد طالته يدعوي أنه يستأثر بانتباه المستخدم، ويقطع استمرارية القراءة بحركه عين المستخدم بالتحرك نحوه والالتفات إليه - شأنه شأن كل الرسوم المتحركة علي الصفحة - إلا أن هذه الدعاوى مردود عليها: فواجهة الصحيفة تتجلى وظيفتها في عرض المعلومات للاختيار منها ومعرفة ما يهم المستخدم من عدمه، فهي ليست عائقاً بصرياً يقطع استمرارية قراءة المعلومات التي يطالعها المستخدم فهذه الوظيفة متروكة للصفحات الداخلية.

كما أن وجود شريط الأخبار مجاوراً لأشكال متحركة أخرى يوزع انتباه عين المستخدم علي الصفحة خالفاً نوعاً من الوحدة بين هذه الأشكال من زاوية، ومن الزاوية الأخرى يؤدي التباين بين الأشكال الثابتة والمتحركة إلي التنافس في الصفحة مشعراً المستخدم بالحيرة والجاذبية التي تفتقدها كثير من الصحف الإلكترونية.

فضلاً عن هذه الأسباب فإن وقوع شريط الأخبار في قمة الصفحة يقلل من شأن التنافس بينه وبين الأشكال الثابتة علي الصفحة إذا كان هو الشكل الوحيد المتحرك علي الصفحة.

ووفقاً لنموذج إيهام المستخدم فإن المستخدم يعتاد علي هذا النوع لأنه قد صادفه في مواقع إعلانية عديدة علي الإنترنت، كما أنه يشاهده يومياً علي شاشات التلفزيون سواء أكانت محلية أم فضائية.

(٢) أشرطة المعلومات الخارجية:

تنقسم أشرطة المعلومات الخارجية حسب مكانها إلى أشرطة الحالة؛ وهي التي توجد في نهاية مستعرض الإنترنت، وأشرطة العنوان التي توجد أعلى مستعرض الإنترنت، ولكل واحد من الاثنين استخداماته.

شريط العنوان



شريط الحالة

شكل [٥٤] بوضع: أشرطة المعلومات

• شريط الحالة [status Bar]:

يقع شريط الحالة في الجزء السفلي من مستعرضات الإنترنت بصيغة عامة، شأنه شأن سائر البرامج، وتستخدمه البرامج في وصف حركة الأشياء الموجودة في البرنامج

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**
وتفاعل المستخدم معها ، غير أنه يقوم في مستعرضات الإنترنت علاوة على هذه الوظيفة بوظيفتين هما :

*** عرض النصوص المتحركة :**

يقوم شريط الحالة بعرض النصوص المتحركة مثل شريط المعلومات الداخلية غير أنه لا يمكن التحكم في متغيراته مثل حجم الخط لأن المساحة المعروضة قليلة ولا تسمح بتكبير الخط ، وعلى نفس المنوال لا يمكن التحكم في لون خطه أو أرضيته ، إلا أنه يمكن التحكم في سرعة عرضة للأنياء .

غير أن ثمة رأيين متضارين بشأن استخدام هذا النوع أحدهما يرى أن شريط الحالة مفصول عن مساحة العرض ؛ وبالتالي لا يشكل عائقاً بصرياً في القراءة من ناحية ، كما أن حركته لا تؤثر على بقية العناصر البنائية . أما الرأي الثاني فهو يرى أن شريط الحالة يفصل المستخدم عن الصفحة الأساسية المنوطة بالعرض مما يؤثر بالسلب على بقية العناصر البنائية .

*** عرض تنويهاً بعض العناصر البنائية :**

يمكن استخدام شريط الحالة في تقديم تنويهاً الصور والرسوم المتحركة والفيديو ، ويساهم بهذا الشكل في عدم خلط المعلومات المتعلقة بالشكل البنائي مع المعلومات الإخبارية التي يقدمها هذا الشكل ، فيمكن لهذا النوع عرض خيارات تشغيل ملف الفيديو ، أو تكبير أو تصغير الصور المرافقة للأخبار .

يقصد هذا النوع في طرح معلومات متعلقة بموقع الصحيفة مثل تاريخ التحديث ، وتنويهاً الإصدار والموضوعات الجديدة التي يمكن أن تطرحها ، والتنويه عن استكتاب أحد الكتاب أو عمل لقاء معه عبر الدردشة الإلكترونية .

*** شريط العنوان :**

يقع شريط العنوان أعلى الصفحة وهو يعرض لاسم الصفحة المعروضة ، غير أنه يمكن الاستفادة من هذا الشريط في تقديم نصوص متحركة ؛ فيمكن أن يستخدم في تقديم تلميحات الصحيفة وتنويهاًها بالإضافة إلى تقديم المعلومات والأخبار الحديثة غير أن دوره ثانوي لأنه يصرف نظر المستخدم بعيداً عن واجهة الصحيفة الحقيقية .

ثمة مجموعة من الاعتبارات بشأن أسطرة المعلومات بصفة عامة

* السكون والحرارة:

ففي حالة حركة شريط المعلومات الداخلية يجب أن تكون أسطرة المعلومات ساكنة ولا يقتصر إلا على عرض خصائص العناصر البنائية ، لأن تواجدتها متحركة مع شريط المعلومات الداخلية يؤثر بالسلب عليها من ناحية ، ويؤثر بالسلب على بقية العناصر البنائية الموجودة في الصفحة من ناحية أخرى ، لأن المستخدم يصاب بحالة من التعارض البصري نظرا لتباعد المسافة بين أسطرة المعلومات الداخلية والخارجية .

الاتجاه:

إذا ما كان شريط المعلومات أفقي الاتجاه فيجب ألا يكون هناك شريط آخر حتى لا يتجم تعارض بصري بين الاثنين ، فيجب أن يتم توحيد اتجاه المضمون أما أن يأخذ شكلا أفقيا أو شكلا رأسيا .

أسلوب الإخراج:

في حالة الإخراج الرأسى يفضل أن يكون شريط المعلومات الداخلى رأسى أيضا لتحقيق التوافق ، والعكس صحيح .

الموقع:

يمكن تقديم شريط أمين لعرض المعلومات مع شريط أيسر ؛ لتحقيق التوازن فيما بينهما ، ولكن يراعى أن يكون اتجاه هذا الشريط أما علوي ، أو سفلي لتلافي التعارض بينهما ، كما يجب مراعاة عدم تميز واحد على الآخر ، فيجب أن يكون الخط موحد من ناحية الحجم والشكل ، ويجب أن تكون الخلفيات متماثلة إلا إذا أراد المخرج أن يظهر التعارض بينهما ؛ لتحقيق فكرة معينة لديه .

ثانياً: الوسائط المتعددة:

يمكن أن تقوم الوسائط الفائقة بدور مهم في توسيع مساحة الصفحة ، وذلك من خلال اللعب على نظرية الحداد والإبحاء ؛ فالرسوم المتحركة تستغل - كما سبق وأن ذكرنا - نظرية بقاء الرؤية ، أما الصوت فيستثير التخيل لدى الإنسان ، ويمكن الاستفادة منهما على النحو التالي :

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الثاني

(أ) الرسوم المتحركة :

يمكن أن تؤدي الرسوم المتحركة أدواراً كثيرة في توسيع مساحة الصفحة ، فهي تشغل حيزاً محددًا من الناحية الفيزيائية ، بيد أنها في واقع الأمر تعرض لمجموعة متعددة من الصور التي قد تشغل علي الأقل ثلاثة أضعاف هذه المساحة الفيزيائية ، علاوة علي ذلك فإنها تقتل كآبة ثبات الصفحة ، وتضفي لها الديناميكية والجاذبية ، وتستحوذ علي انتباه المستخدم أكثر من غيرها .

غير أن هذه الميزات لها أيضا من يناهضها بدعوى أنها تعبر عين المستخدم علي الانتباه القسري إليها ، وأنها غير صالحة في حالة القراءة المستمرة للنصوص إذ أنها تربك عين المستخدم وتشتت انتباهه (*) .

غير أن هذا التقدر مردود عليه فإن واجهة الصحيفة الإلكترونية - كما سبق وأن ذكرنا - عبارة عن نافذة تعرض للموضوعات المختلفة وليست مكانا للقراءة المستمرة ، فالقراءة المستمرة لها مكانها في الصفحات الداخلية ، ولها أيضا أسسها الخاصة بها والتي تخرج عن نطاق الدراسة الحالية .

(١) أنواع الرسوم المتحركة المعروضة علي الإنترنت :

يمكن تقسيم الرسوم المتحركة التي تعرض علي الإنترنت - بصفة عامة - إلي ثلاثة أنواع ، الأول : الرسوم المتحركة من نوعية [Gif] ، والثاني الرسوم المتحركة من نوعية [Micromedia Flash] ، والثالث الرسوم المتحركة التي تقدمها لغات البرمجة مثل لغة الجافا والجافا سكريبت والفيجول بيزك .

الرسوم المتحركة من نوعية (Gif) :

هنالك مجموعة من المعايير التي يجب أخذها في الحسبان عند التعامل مع الرسوم المتحركة من نوعية [Gif] سواء أكان هذا الاستخدام في العناوين أم الصور ، وهذه المعايير هي كما يلي :

(*)The WRI Web design standards(2002)Multimedia: Animation, available online
[URL] http://www.dooleyonline.net/standards/multimedia_animation.cfm

الحجم [Size]:

يجب ألا يكون حجم هذه الملفات أكثر من ٢٥ بت ، سواء أكانت هذه الملفات تتعلق بالصورة أم بالرسوم المتحركة ، لأن الحجم الكبير يؤثر علي جودة الصورة ، مما يجعلها تظهر بشكل مشوه هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن الحجم الكبير يجعل الصور تأخذ فترة طويلة في التحميل [Download] مما يسبب الملل لدي المستخدم الأمر الذي قد يصرفه عن موقع الصحيفة باحثا عن موقع آخر أسرع في عرضه للمعلومات .

المساحة: [Space]:

يقصد بالمساحة الطول × العرض ، بيد أنه يجب التفرقة هنا بين المساحة التي تعطي لكل من العناوين والصور نظرا لاختلاف الاثنين في درجة الدقة والوضوح وإبراز التفاصيل ، فالصور تحتاج عادة إلي مساحة أكبر من العناوين لاحتوائها علي تفاصيل دقيقة ، واحتوائها علي ألوان متعددة يجب أن تتميز عن بعضها البعض .

وعلي الرغم من أنه لا توجد قاعدة دقيقة يمكن الحكم من خلالها علي العناوين المتحركة أو الرسوم المتحركة إلا أن هذا لا يثني الدراسة عن محاولة ضبط مساحة هذه الصور مفرقة بين العناوين والصور علي النحو التالي :

أولاً: العناوين:

يجب أن يقع طول العناوين بين ٢٥ بيكسل و ٣٥ بيكسل ، أما عرضها فيجب أن يقع ما بين ٢٠٠ بيكسل و ٣٠٠ بيكسل ، لأن تقديم مساحة أطول من ٣٥ بيكسل يجعل العناوين تشغل حيزاً كبيراً من مساحة الصفحة ، وتقليل هذه المساحة عن ٢٥ بيكسل يجعلها عرضة لعدم الوضوح ، مما ينجم عنه عدم قدرة المستخدم علي قراءة محتويات هذه العناوين ، أما بخصوص عرض العناوين فإن زيادة عرضها عن ٣٠٠ بيكسل يجعلها تجاور علي بقية العناصر البناية المجاورة لها ، أما نقصان عرضها عن ٢٠٠ بيكسل فيجعلها عناوين مقتضبة لا تحمل معنى ذا دلالة .

ثانياً: الصور المتحركة:

إن مساحة الصورة لا يمكن أن تحدد بالطول والعرض ولكن الأفضل أن تحدد

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الثاني

بمساحة الطول مضروباً في العرض ، ونظراً لتنوع الصور بين موضوعية ، وشخصية ، وإيهامية ، فهذا يتطلب وضع معيار لكل نوع علي حدي ؛ فالمساحة التي تصلح للصور الموضوعية ، لا تصلح للصور الإيهامية .

وعليه فإن الصور الإيهامية يجب أن تبدأ من ٤٠٠٠ بيكسل حتي ٦٠٠٠ بيكسل ، لأن زيادتها عن هذه المساحة يجعلها تدخل في نطاق الصور الشخصية التي تتطلب تفاصيل كثيرة ، أما نقصانها عن هذه المساحة فهو غل بكل مقاييس قواعد الإبصار ، أما الصور الشخصية فيجب ألا تقل عن ٦٥٠٠ بيكسل ، ولا تزيد عن ١٠٠٠٠ بيكسل ؛ لأن زيادتها عن هذه المساحة تجعلها تبرز تفاصيل لا تضيف جديداً إلي الموضوع ، فالهدف الأساسي من وراء هذه الصور هو إظهار الشخصية المرتبطة بالموضوع ، سواء أكان صاحبها مسئولاً أم صانعاً للحدث ، أم مشاركاً فيه ، أما بالنسبة للصور الموضوعية فيجب أن تبدأ من ١٦٠٠٠ بيكسل ولا تزيد عن ٣٠٠٠٠ بيكسل .

وهذه الضوابط الخاصة بالمساحة ليست إلزامية إذا ما أراد المخرج أن يبرز شخصا مرموقا يظهر لأول مرة ، ويمكن له أن يقلل من مساحة الصور الشخصية إذا ما أراد التقليل من شأن صاحبها .

فترة عرض الإطارات [Frame Display Time]:

تتكون الصور المتحركة من مجموعة من الإطارات ، وكل إطار يحتوي علي صورة مستقلة ومجموعة الإطارات تكون المشهد العام للرسوم المتحركة ، ومن خلال استغلال سرعة عرض هذه الإطارات تتولد الحركة ، لأبطاء هذه الحركة يتم تقليل فترة دخول الإطارات علي بعضها ، ولزيادتها يتم تسريع فترة دخول هذه الإطارات .

وعليه يقصد بفترة عرض الإطارات الفترة التي يظل فيها الإطار معروضا أمام عين المشاهد إلي أن يحل محله إطار آخر ، وتعد فترة بقاء الرسوم المتحركة أمام عين المشاهد من المحركات الأساسية في الرسوم المتحركة ؛ فطول فترة بقاء الصور يجعل المستخدم يمين النظر فيها ويتذكر معظم تفاصيلها ، أما مرورها بسرعة عالية فيجعله لا يميز ما تحتويه من تفاصيل ، بيد أن طول فترة بقاء هذه الصور يجعل المشاهد يدرك أنها صور ثابتة ، وعلي هذا الأساس يجب أن تحدد فترة زمنية متوسطة لتحقيق هدف الإيمعان من ناحية وهدف إدراك أنها صور متحركة من ناحية أخرى ، ويمكن تقعيد هذه الفترة بمعدل يبدأ من ثابنتين ولا يتجاوز خمس ثواني بالنسبة لكل من الصور والمناوين .

فئة الإطارات:

يقصد بعدد الإطارات المعروضة عدد الصور المعروضة في الرسوم المتحركة ، وبعدد الإطارات من المحركات المهمة في نجاح الرسوم المتحركة أو فشلها ؛ فإذا ما زاد عدد هذه الإطارات عن عدد محدد بالنسبة للعناوين أو الصور أو كلاهما أدى ذلك إلى المصنف بالوظيفة المنوط بها الرسوم المتحركة وهي تمديد أو تزويد مساحة العرض ، بيد أنه يجب التفريق هنا بين الرسوم المتحركة التي تحمل العناوين ، وتلك التي تحمل الصور ؛ فالرسوم المتحركة التي تحمل العناوين يجب ألا تزيد عن خمسة إطارات تحمل بداخلها خمس صور ؛ لأن زيادتها عن هذا العدد قد يؤدي إلى نتائج مضرّة للعرض وهي : زيادة تضارب المعلومات المتضمنة لها ، وتشتت ذهن المستخدم في ربط هذه العناوين بالمعلومات التي يريدّها ، أما نقصان هذه الإطارات عن ثلاثة فإنه يقلل من أهمية تواجد الرسوم المتحركة ، وعليه يجب ألا تزيد العناوين المعروضة عن خمسة عناوين ويجب ألا تقل عن ثلاثة عناوين .

أما فيما يتعلق بالصور فالأمر مختلف ، فهي تحمل معلومات متجددة تجعل المشاهد لها لا ينظر منها بسرعة ولكنه يتنظر الصورة القادمة ؛ ليتصرف علي ما تحويه من معلومات ، وعليه يجب ألا تقل الصور المعروضة عن ثلاث صور ، ويجب ألا تزيد عن خمس صور .

□ استخدامات الرسوم المتحركة بنوعية [GIF]:

تتعدد الطرق التي يمكن أن تستخدم فيها الرسوم المتحركة من نوعية [GIF] في تقديم الفنون الصحفية والعناوين الإخبارية والصور المتعاقبة ، ويمكن إجمال هذه الأنواع فيما يلي :

□ عرض عناوين الفنون الصحفية :

يستخدم هذا النوع لتقديم العديد من الفنون الصحفية مثل المقالات والتحقيقات والتقارير الإخبارية ... الخ ، ويقيد هذا النوع - علاوة علي تقليص مساحة عرض تلك العناوين - في التأكيد علي مبدئي الترابط والوحدة بين هذه العناوين (١) .

① للامثلة : انظر الأسطوانة المرفقة مع الرسالة الخاصة بالنموذج الثالث .

بين ثلث بين الحقيقية والاسطورة	(أ)
الاسم المستعارة والاسم الحقيقية	ب) صورة رقم (١) الإطار الأول
الاسم المستعارة والاسم الحقيقية	ج) صورة رقم (٢) الإطار الثاني
	د) صورة رقم (٣) الإطار الثالث

شكل [٥٥] يوضح: استخدام الرسوم المتحركة

قد روعي في تقديم هذه الصور أن تكون فترة عرضها ثابتين لكل إطار يواقع ست ثواني للرسم المتحركة ، كما روعي أن تكون أرضياتها بلون موحد ؛ لتحقيق مبدأ الوحدة بين الرسوم الثلاثة ، فهي تتناول عناوين لمقالات سياسية ، ولكن روعي الاختلاف في لون الخط لكل منها ؛ لأن كل إطار يمرض قضية مستقلة بذاتها وإن وجد بينها رابط .

□ عرض عناوين الأخبار ذات الطبيعة الواحدة :

يمكن أن يقوم الرسم المتحرك بوظيفة عرض مجموعة من العناوين ذات السمات المتوافقة ، مثل عرض الأخبار ذات الصبغة المحلية ، أو عرض عناوين الأخبار ذات الصبغة الدولية ، أو عناوين الأخبار الرياضية ، أو الاقتصادية ، وهو ما يوضحه الشكل التالي :

مصرع شنت جنود إيرانيين في العراق	(أ)
إسرائيل تشيد الجدار تعازل	ب) صورة رقم (١) الإطار الأول
زلزال قوته خمس درجات يضرب إيران	ج) صورة رقم (٢) الإطار الثاني
	د) صورة رقم (٣) الإطار الثالث

شكل [٥٦] يوضح: استخدام الرسوم المتحركة

فعلي الرغم من وحدة هذه العناوين من ناحية أنها تعرض أخبار دولية ، إلا أنه تم التفرقة بين أرضيات هذه العناوين لأن كل خبر منها مستقل بذاته ، ولا يوجد رابط بينه وبين الخبرين الآخرين .

*** عرض عناوين صفحة البدء غير الرئيسة:**

يمكن للصحف أن تفيد من الرسوم المتحركة في عرض عناوين الصفحة غير المرتبة علي صفحة بدتها ، والتي تضمها الصحيفة في مؤخرة صفحة بدتها ، ويمكن أن تفيد من هذا النوع لتحقيق هدفين : الأول : الوصول السريع لهذه المعلومات ، والثاني : التأكيد علي أهميتها .

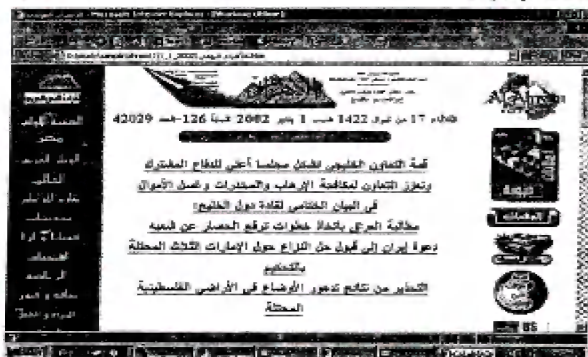
ويعد هذا الإجراء مجددا لأهمية العناوين المجموعة التي تري الصحف وضعها في نهاية الصفحة ، مثلما تفعل كل من الأهرام ، والجمهورية ، والنيويورك تايمز ، والتي تحرم المشاهد من رؤية هذه الأخبار .

عرض العناوين الرئيسية والفرعية

يمكن أن تؤدي الرسوم المتحركة دوراً مهماً في التقديم للموضوعات عن طريق طرح العنوان الرئيسي ، ومجموعة من العناوين الفرعية التابعة له ، ويسهم هذا العرض في تقديم الموضوع بكل تفاصيله إلي المستخدم ؛ لكي يوفر عليه عناء قراءة تفاصيل لا تهمة إذا ما كان الموضوع لا يروق له أو لا يتواءم مع اهتماماته ، أما إذا كان الموضوع يروق له أو يمس اهتماماته فإنها تسهم في تعرفه علي أبعاد الموضوع من زاوية ، وتلخص له الموضوع ؛ لفهم تفاصيله من زاوية أخرى .

بيد أنه يجب التشديد عند تصميم تلك العناوين علي ضرورة أن يتميز العنوان الرئيسي عن العناوين الفرعية من ناحية حجم الخط أو نوعه أو لونه أو لون أرضيته ، ويجب أن تتساوى العناوين الفرعية في حجم الخط ونوعه ولون الأرضية الحاملة لها ؛ لكي تتحقق الوحدة الذهنية بين العناوين الفرعية من جانب ، ويتحقق التباين بينها وبين العنوان الرئيسي من جانب آخر .

ومن خلال هذه العناوين يمكن التغلب علي مشكلة العناوين الطويلة التي تظهر في صحيفة الأهرام بالتحديد ، والتي تأخذ في بعض الأحيان مساحة كبيرة ، تصل إلي ملئ شاشة كاملة مما يفقد بقية المساحات الأخرى أهميتها ، ويعطي أهمية مطلقة لهذا العنوان . وللتدليل علي ذلك يمكن النظر إلي عدد ١ / ١ / ٢٠٠٢ من صحيفة الأهرام للتعرف علي كيفية استغلال العنوان لمساحة كبيرة جداً .



شكل (٥٧) يوضح: استخدام الرسوم المتحركة

ولتقريب الدور الذي يمكن أن تقوم به الرسوم المتحركة فقد تم تحويل هذه العناوين إلى رسوم متحركة تشتمل على ستة إطارات متتابعة ، وشغلت هذه الإطارات مساحة عرضية قدرها ٣٤٠ بيكسل ومساحة طولية قدرها ٣١ بيكسل وهذه المساحة كبيرة نسبياً نظراً لطول عناوين صحيفة الأهرام

وقد روعي أن يكون العنوان الرئيسي مميزاً من ناحية خلفيته وزمن بقاء ظاهراً للمستخدم ، كما روعي أيضاً طول الكلمات الواردة في العنوان ، وتم إعطاؤها زمناً متناسباً وفقاً لطول كلماتها ، وهو ما يوضحه الجدول التالي :

الإطار	الزمن بالثانية	شكل الإطار
الأول	٣	قمة التعاون الخليجي تشكل مجلساً أعلى للدفاع المشترك
الثاني	٢,٧	وتمتدز التعاون لمكافحة الإرهاب والمخدرات وغسل الأموال
الثالث	٢	في البيان الختامي لقادة دول الخليج
الرابع	٢,٥	مطالبة العراق بإلتخاذ خطوات ترفع الحصار عن شعبة

الخامس	٢, ٨	دعوة إيران إلى قبول حل النزاع حول الإمارات الثلاث المحتلة بالتحكيم
السادس	٢, ٨	التحذير من نتائج تدهور الأوضاع في الأراضي الفلسطينية المحتلة

شكل [٥٨] يوضح : استخدام الرسوم المتحركة

عرض الصور المتعاقبة:

يساعد هذا النوع في توفير المساحة المرئية من خلال طرح مجموعة من الصور المتحركة ذات الصلة في مكان واحد؛ مثل اجتماع رئيس الدولة مع عدد من المسؤولين والسفراء، ووزراء الخارجية، كما تساعد هذه الصور في تحقيق مبدأ الوحدة بين الصور المتحركة، فتمتاز قاسم مشترك يجمع هذه الصور، وهو وجود شخصية محورية يدور حولها الموضوع، أو وجود زوايا متعددة لموضوع واحد.

ولا يقتصر عرض الصور المتعاقبة على المجال الإخباري، ولكن يمكن استخدامها في تقديم أحداث تاريخية بالنسبة للمقالات، ويمكن أيضاً استخدامها في تقديم صور حية في التحقيقات الصحفية.

إلا أنه يجب هذا النوع قلة جودة الصور المعروضة؛ نظراً لكونها صور من نوعية [Gif] التي تقوم بتقليل الألوان الموجودة في الصور، ولكن تكون هذه الصور في حالة جيدة في حالة الصور القديمة، ذات اللونين: الأبيض والأسود.

□ الرسوم المتحركة من فلاش (Flash):

تتميز الرسوم المتحركة من نوعية فلاش بتفاعل المستخدم معها؛ فيمكن للمستخدم أن يوقف هذه الرسوم ويعاود تحريكها إذا أراد ذلك، كما يمكنه أن يكبرها أو يصغرها، علاوة على ذلك، فإن هذا النوع من الرسوم يسمح بتعدد الوسائط مما يجعله كأداة عرض سينمائية متكاملة العناصر (صوت، وصور، وحركة)؛ وذلك من خلال دمج أحد هذه العناصر مع الآخر، أو دمجهم جميعاً في عمل واحد، ويتميز هذا النوع بمجموعة الصور والخطوط المتضمنة في الرسوم المتحركة، فضلاً عن تقديم مستعرضي انترنت كوميكناتور وانترنت اكسبلور لها.

غير أنه يجب هذا النوع احتياج المستخدم لبرنامج تشغيل متوافق مع نوع إصدار البرنامج الذي صممت به الرسوم المتحركة ، علاوة علي ذلك فإن هذا النوع من الرسوم المتحركة لا يدعم الخطوط العربية ، مما يضطر المستخدم له إلي تحويل النصوص المصاحبة للصور إلي صور ، مما يترتب عليه زيادة حجم هذه الرسوم المتحركة .

طرق إنشاء الحركة في فلاش:

هناك طريقتان لإنشاء الحركة في فلاش ، وهما طريقة الحركة البينية للأطـر [Tweened Animation] ويفيد هذا النوع في إضفاء الجاذبية للصور ، وطريقة إطار تلو إطار ، ولكل نوع من هذين النوعين عيوبه ومميزاته التي تفرض طرق استعماله ، فالنوع الأول يتميز بأنه قليل الحجم مما يجعله سريع التحميل علي الإنترنت إلا أنه يقتصر إلي عدم قدرته علي استيعاب حركات دقيقة الأمر الذي يميز الطريقة الثانية عليه إلا أنها تقتصر إلي الحجم الصغير المتضمن في الطريقة الأولى .

وهذه المميزات والعيوب ألقت علي كاهل طريقة الأطـر البينية مسئولية تقديم الرسوم البسيطة التي تقدمها الرسوم المتحركة من نوعية [Gif] - والتي سبق العرض لها آنفا - أما الرسوم المتحركة من نوعية إطار تلو إطار فهي مدخـرة لتكوين رسوم متحركة معقدة من زاوية وتتضمن تفاصيل كثيرة ومتشعبة من زاوية أخرى ، وعليه يمكن أن تؤدي هذه الرسوم مجموعة من الأدوار والوظائف التالية :

فرض العناوين الثابتة مع الصور المتعاقبة:

يفيد هذا النوع عندما يكون الحدث أبلغ من الكلمات من زاوية ، وعندما تكون هنالك صور متعددة لحدث واحد من زاوية أخرى ، وهذا النوع يحسده مشهد الهجوم علي مركز التجارة العالمي .

فرض العناوين المتعاقبة مع الصور الثابتة:

يفيد هذا النوع عندما يكون هناك بيان مذاع من رئيس الجمهورية - مثلاً - فهذا تكون الكلمات مصحوبة بصورة قائلها ، كما يصلح هذا النوع أيضا في التصريحات التي يدلي بها المتحدثون عن رؤساء الجمهوريات .

معرض العناوين المتعاقبة مع الصور المتعاقبة:

يفيد هذا النوع في مؤتمرات القمة + فهو يتيح إمكانية عرض صور انفاذة مصحوبة ببعض تصريحاتهم ، وبذلك يمكن تقديم رؤية بانورامية لأحداث القمة مصحوبة بأهم تصريحات الزعماء ، ويجب مراعاة مجموعة من النقاط في هذا الصدد :

- أولها : ضرورة أن تكون الصور والعناوين في اتجاه موحد طوال العرض .
- ثانيها : يجب أن تكون هذه العناوين بنفس اللون ، ونفس الخط ، ونفس الحجم .
- ثالثها : يجب أن تتوحد الإطارات في زمن عرضها .
- رابعها : لا يجب تمييز تصريح علي آخر إلا إذا اقتضت الضرورة ذلك .

نعرض لهذا النوع من مؤتمر القمة الإسلامي التاسع الذي عقد في الدوحة^(*) ، بطرح هذا الرسم المتحرك لعنوان المؤتمر ، ثم لتصريحات الرئيس خاتمي ، ثم لتصريحات أمير قطر ، ويختتم بكلمة الأمين العام للأمم المتحدة كوفي عنان ، ومن خلال التعامل مع هذا الرسم المتحرك يمكن للمستخدم أن يقفز إلى أحد التصريحات الثلاث بالضبط على الرسم المثير الذي يريده ، كما يمكنه أن يوقف هذا الرسم في النقطة التي يريدها ، ويمكنه أن يوقفه نهائيا ، ويمكنه أيضا أن يكبره .

عمل فيلم متحرك لمجموعة من الصور:

يفيد هذا النوع عندما لا تتوافر مادة فليمية لدي موقع الصحيفة ولكن تتوافر لديها صور سلسلة عن حدث ما ، وهو ما توضحه صور انهيار الجرين في الولايات المتحدة التي تم ترتيبها في صور سلسلة ، ثم تم تدوير الفيلم بواقع صورة (إطار) كل ثانية مستغلة نظرية بقاء الرؤية لتشعر المشاهد لها بأنها صور مأخوذة لحظة انهيار الجرين .

ثانيا : الرسوم المتحركة من لفافة البرمجة:

يمكن استخدام لغة جافا سكربت في تقديم العديد من تأثيرات الصور المثيرة علي الصفحة + فهي يمكن أن تقوم بكل الاستخدامات السابقة ، غير أن لها عيبين رئيسيين هما :

(*) أنظر أمثلة الدراسة بالاسطوانة المرفقة .

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الثاني

- ١- إن حجم الملفات المعروضة لا يتم تقليصه مما يجعل حجم الصفحة كبير .
 - ٢- احتياج الصحيفة إلي كوادرات عالية التدريب في التعامل مع لغات البرمجة .
- غير أن هذين العييين مردود عليهما ؛ فبالنسبة لمساحة الصفحة يمكن استخدام لغة جافا مع الرسوم صغيرة الحجم ، أما بالنسبة لاحتياج الصحيفة إلي كوادرات عالية التدريب والكفاءة فيمكن حل هذه المشكلة باستخدام تطبيقات جافا سكريبت الجاهزة التي يمكن ان تستخدم في تغيير اسم الملفات فقط .
- علاوة علي الاستخدامات الإخبارية السابقة يمكن أن تقوم الرسوم المتحركة بأدوار كثيرة مساعدة في فهم النص ، فيمكن أن تشرح للموضوعات العلمية المعقدة مثل حركة الإلكترونات داخل النواة .
- وعليه يمكن لمخرج الصحيفة أن يحدد احتياجاته واضعاً مميزات هذه الأنواع في اعتباره من ناحية ، ومن الأخرى واضعاً إمكانيات الصحيفة في الحسبان عند اتخاذ قرار استخدام هذه الرسوم ، أو تلك .

(١) الصوت:

للصوت مكانة عالية في التصميم فرضتها طبيعة المساحة القليلة المعروضة علي الشاشة ، فالفائدة الأساسية التي يحصل عليها التصميم من وراء استخدامه للصوت أنه يقدم للمصمم قناة [Channel] متفصلة عن العرض ، فالصوت قد يستخدم لتقديم التعليق دون إعاقة عرض المعلومات ، كما يمكن أن يستخدم لتقديم لمحة عن مكان الحدث في نفس الوقت الذي تقدم فيه الصورة هذا المكان^(*) ، ومن خلال المؤثرات الصوتية يمكن خلق جو نفسي يجعل المستخدم يتفاعل مع الرسالة الإعلامية المقدمة له فرحاً أو غضباً ؛ فالصوت قادر علي استثارة المشاعر الدفينة لدي المستخدم ، فمن خلال الصوت يمكن تأكيد مشاعر الرعب لدي المشاهد ليتعايش مع جو الرسالة الإعلامية التي تقتضي ذلك ، وب نفس الطريقة يمكن توليد مشاعر الفرح بمقطوعة موسيقية^(٢) .

(*) Jakob Nielsen (December 1995) Guidelines for Multimedia on the Web, available on <http://www.useit.com/jakob.html> [URL]

(٢) المدرسة العربية للسينما والتلفزيون (٢٠٠٣) المؤثرات الصوتية ، متاح علي الشبكة في العنوان التالي:
<http://www.arabfilmvtschool.edu.eg/Display.asp?HeadID=149>

يمكن أن توصف ملفات الفيديو بأنها الملفات الجامعة لكل الوسائط المتعددة ؛ فهي تحتوي علي الصوت والصورة ، بالإضافة إلي المؤثرات الحركية الجاذبة ، فيمكن أن تقدم هذه الملفات مساحات إضافية إلي موقع الصحيفة .

علي الرغم من تلك المميزات إلا أن الباحث تجنب تقديم هذا النوع لسبب رئيسي يتمثل في أن تلك الملفات مازالت تحتاج إلي تقنيات عالية وجهود برمجية عالية ليس من قبل مصممين المواقع ولكن من قبل الطريق السريع للمعلومات ، فقيود بطء الاتصال تقلل من مميزات ملفات كل من الصوت والفيديو . ولكن ربما تسفر الأيام القادمة عن تقديم ملفات صوت وفيديو بسرعة الإرسال الطبيعي للتليفزيون وذلك ما يأمله القائمون علي الطريق السريع للمعلومات .

المبحث الثاني

نماذج الدراسة التقويمية

تقدم الدراسة التقويمية أربعة نماذج : اثنان منهما خاصان بالصحف العربية ، وهما يصلحان للتطبيق علي اللغات التي تبدأ كتابتها من اليمين إلي اليسار ، والاثنان الآخران خاصان باللغة الإنجليزية ، ويصلحان للغات المنفرعة من اللغة اللاتينية والتي تكتب من اليسار إلي اليمين ، إذا اتفقت في اتجاه اللغة ونوعية الحروف المستخدمة .

وهذه النماذج لا تعدو أكثر من طرح رؤية الباحث حول إمكانية تطوير صحافة إلكترونية قادرة علي الإفادة من الإمكانيات الإلكترونية من زاوية ، وقادرة علي خلق طرق ديناميكية في التعامل مع مساحة الشاشة الصغيرة المنظورة للمستخدم من زاوية أخرى .

كما أن هذه النماذج ليست قالباً ثابتاً يفترض تقليده من جانب الصحف الإلكترونية ، ولكنه يطرح مجموعة من الرؤى الخاصة بالتعامل مع واجهات الصحيفة الإلكترونية من ناحية ، ويلتزم من الناحية الأخرى بالأسس والقواعد العلمية الخاصة بالعناصر البنائية ، والتي توصل إليها الأكاديميون والهيئات المعنية بالإنترنت وطرق التصميم لها .

وقد تم الابتعاد عن إعادة تصميم مواقع صحف الدراسة ، وفي مقابل ذلك تم استنباط أربعة نماذج تحليلية هم يترتيب عرضهم كالتالي .

(١) صحيفة الزاجل العربية .

(٢) صحيفة Eagle3 الإنجليزية .

(٣) صحيفة الهدى العربية .

(٤) صحيفة Design الإنجليزية .

أما فيما يخص طبيعة الأخبار التي تبني منها الصحيفة فهي وهمية أيضا ، أما الصور فقد تم أخذها من صحف الدراسة ، والبعض الآخر أخذ من شبكة الإنترنت ، وقد تمت إعادة معالجة هذه الصورة ١ للتقليل من مساحتها .

إخراج الصحف الإلكترونية الكتاب الثاني
وقد روعي في هذه النماذج مجموعة من الاعتبارات الخاصة بحجم الصورة ،
وحجم النموذج بصفة عامة ، كما روعي فيها أيضاً حركة العين وسيكولوجية
الألوان ، وتم شرح النماذج بصورة مبسطة ؛ لعدم الإفراط في الذاتية .
ونعرض فيما يلي لهذه النماذج .

النموذج الأول:

يحتوي النموذج الأول علي العديد من الطرق التي توسع من مساحة الصفحة ؛
فهو يحتوي كما هو موضح في الشكل التالي « ٥٩ » علي خمس طرق لتوسيع مساحة
الصفحة ، وعلي الرغم من مجموعة الصور المتعاقبة الموجودة في الصفحة فأنها لم تؤثر
في مساحتها ، فحجم ملف النموذج الإجمالي ١٣٤ كيلو بايت ، ولذا فهو أقل من
حجم صحف الدراسة بكثير ، وبالتالي فهو أسرع في تحميله علي شبكة الإنترنت ؛
ويرجع ذلك لعدم اللجوء إلي استخدام الأيقونات الجرافيكية أو الفواصل الجرافيكية ،
وبدلاً من هذه الرسوم والفواصل استخدمت الدراسة خلفيات لونية ؛ فالذي يظهر
أمامنا من مساحات تحتوي علي اللون الأخضر المزرق يكشف أنها خلفيات لونية
وليست صوراً .



النموذج الأول شكل [٥٩]

(١) محتويات النموذج:

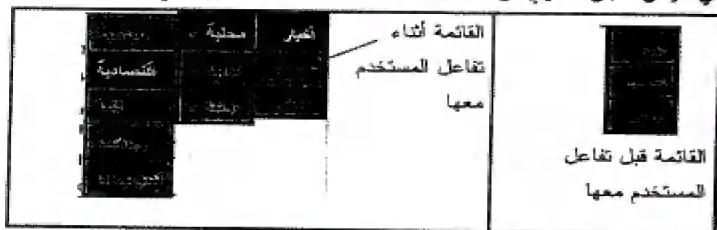
يحتوي هذا النموذج علي خمس طرق لتوسيع مساحة الصفحة ، هم كما يلي :

(١) القوائم :

تقسم القوائم التي يعرض لها النموذج إلي نوعين هما :

القوائم المنبثقة:

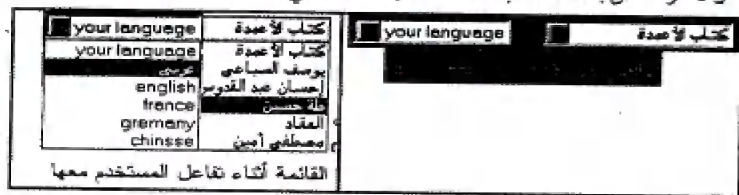
نستخدم الصحيفة القوائم المنبثقة في تقديم الأخبار والمعلومات والتسليّة ، وهي تقع في الركن الأيمن العلوي من الصحيفة ، وهو ما يوضحه الشكل التالي :



شكل [٦٠] يوضح: القائمة المنبثقة

القوائم المنسدلة:

نستخدم الصحيفة نوعين من القوائم : أحدهما خاص باختيار لغة الصحيفة ، والآخر خاص بأسماء كتاب الأعمدة ، وهما كما يلي :



القائمة المنبثقة شكل [٦١]

(٣) الأخبار المتحركة:

تقدم الصحيفة شكلين من الأخبار المتحركة : أحدهما يتضمن عناوين الأخبار الدولية ، والآخر يتضمن عناوين الأخبار الداخلية ، وقد روعي في الأخبار المتحركة أن

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**
تكون متساوية من ناحية الحجم الذي تشغله علي الصفحة، كما روعي أن تكون بنفس حجم الخط ولونه، وقد وضعت الأخبار الدولية في الجهة اليمنى والأخبار الداخلية في الجهة اليسرى؛ لتحقيق التوازن بين الاثنين ولكي لا يحظى أحدهما بالانتباه علي حساب الآخر.

ثمة نقطة جوهرية بخصوص الألوان؛ فقد استُخدم اللون الأصفر الفاتح في تقديم أرضيات هذا النوع علي الرغم من تباين الطول الموجي بين الطول الموجي الكبير (الأصفر)، والطول الموجي القصير (الأزرق)، ومعروف أن هذا الإجراء يسبب الانزلاق البصري من الموجات القصيرة إلي الموجات الطويلة، وهو ما يناسب النصوص المتحركة لكي يشعر القارئ بالحركة.

(٢) الصور المتحركة:

يستخدم هذا النموذج ثلاث صور متحركة: الأولى: توضح لقاء رئيس الجمهورية مع رئيس الوزراء، والثانية: توضح لقاء رئيس الجمهورية مع مجلس الوزراء، والثالثة: توضح لقاء رئيس الجمهورية مع مجلسي الشعب والشورى.

وقد استخدمت الدراسة لغة جافا سكرت في تقديم هذه الصور الثلاث بفارق زمني قدره ثلاث ثواني بين كل صورة، كما استخدمت سرعة دخول الصور قدره ١٠٪ من الثانية وقد روعي في هذه الصور أن تكون مدعمة من قبل مسترضي إنترنت كومنكتور وإنترنت اكسبلورر.

ويقيد هذا النوع في جعل الصفحة تبدو بشكل جذاب من ناحية، وتطرح كل المعلومات دفعة واحدة؛ لكي تتنافس فيما بينها علي جذب انتباه المستخدم من ناحية أخرى، كل ذلك في إطار تقليص مساحة الصفحة أمام المستخدم حتى لا يضطر إلي سحب الصفحة لأسفل لاستكمال بقية المعلومات.

(٣) شريط المعلومات المتحرك وموقع الأخبار الحديثة:

يستخدم هذا النموذج شريط المعلومات السفلي في تقديم الأخبار الحديثة الواردة إلي الصحيفة، كما يستخدمه أيضا في تقديم تلميحات الأشكال الجغرافية الموجودة علي الصفحة (الروابط والصور)، ويستخدمه أيضا في تقديم فترة تحديث الموقع.

إخراج الصحف الإلكترونية **الباب الثاني**

وإن الباحث لا يعمل كثيراً على استخدام هذا النوع ؛ لأنه لا يجذب انتباه المستخدم ، وإنما استخدمه بالتناوب مع المساحة المقدمة للأخبار الحديثة ، إذ يمكن استخدامه بشكل عاجل إلى أن تضع الصحيفة الخبر العاجل في أعلى موقع الصحيفة بجوار القائمة المثبتة .

ب) تصميم الصفحة:

ويعني في تصميم النموذج مجموعة من الاعتبارات الخاصة بالتصميم منها ، استخدام الألوان ، وحجم العناصر البنائية وموقعها ، والحركة ، وهم كما يلي :

(١) استخدام الألوان:

بنظرة عامة إلى الألوان الموجودة في هذا النموذج يتضح أنها تجمع بين الألوان الباردة والألوان الدافئة ؛ فهذا النموذج يستخدم الألوان الباردة وبالتحديد اللون الأزرق في تقديم الروابط ، ويستخدم اللون الأزرق المخضر في تقديم أرضيات العناوين من ناحية ، ويستخدمها كأدوات فصل من ناحية أخرى ، أما الألوان الدافئة ؛ فقد استخدمها النموذج في تقديم أرضيات قائمة الموقع وقائمة الأخبار المصورة والأخبار الصوتية وأخبار الفيديو ، واستخدمها أيضا في تقديم الاقتراح ، كما تم استخدام اللون الأصفر الفاتح في تقديم أرضيات الأخبار الدولية والمحلية ، فضلا عن استخدامها في عناوين الأخبار الدولية والداخلية

وطبقا لسيكولوجية الألوان فإن الدمج بين الألوان الدافئة والباردة يولد الإحساس بالفراغ والعمق ، حيث تقوم الألوان الباردة بسحب المشاهد بعيدا عن المنظر في الوقت الذي تقوم فيه الألوان الدافئة بدفعه صوب المنظر ، ويولد ذلك المد والجزر الإحساس بالفراغ والمساحة في المنظر .

وعليه فإن استخدام الألوان ساعد في تمديد المساحة من الناحية السيكولوجية لدى المستخدم من ناحية وولد لديه الإحساس بالفراغ من ناحية أخرى .

(٢) حجم العناصر البنائية:

تعدد استخدام الأحجام في الصفحة بين الأحجام الصغيرة المتماثلة والأحجام الكبيرة المتماثلة ، فقد استخدم النموذج مجموعة من الأحجام المتماثلة في الصفحة

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الثاني
لتحقيق الوحدة؛ فقد استخدم نفس الحجم بالنسبة للقوائم والأخبار المصورة وهي
أحجام صغيرة، كما استخدم نفس الحجم بالنسبة للصور الشخصية؛ فصورة الرئيس
في نفس حجم صورة رئيس الوزراء وإن اختلفت في الموقع، كما استخدم هذا النموذج
الأحجام المتساوية المتوسطة لتقديم الأخبار الدولية والمحلية.

أما الأحجام الكبيرة فقد تم استخدامها لتقديم صور لقاءات الرئيس، وتم
مقابلتها بنفس مساحة النص لكي يتحقق الانسجام والوحدة بين الاثنين.

(٣) حركة العين:

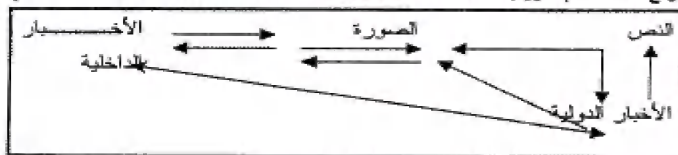
نظرا لاستخدام الحركة بصورة مكثفة في الصفحة، فقد روعي في تقديمها مواقع
الأهمية من ناحية والشد والطرْد البصري من ناحية أخرى.

فقد تم توزيع الحركة بين ثلاث مناطق من اليمين إلى اليسار، هي بالترتيب
الأخبار الداخلية، والصور المتحركة، والأخبار الدولية، بالإضافة إلى الحركة السفلية
التي يمثلها شريط المعلومات، وقد استُثبت من مناقشة تنافسها للمعاصر الجرافكية
لكونها تقع خارج نطاق العرض.

وقد روعي في الصور المتحركة أن تكون حركتها بعيدة عن النصوص التي تقدمها
حتى لا تأخذ عين المستخدم بعيداً عن الموضوع، ولكنها علي العكس، فقد أكدت
علي مضمونها من خلال الحركة تجاه الموضوع.

أما حركة الأخبار الداخلية؛ فقد تم تقديمها في أسفل الجزء الأيمن من الشاشة
للتأكيد علي أهمية هذا الجزء من ناحية، وتثبيت ركن الصفحة من ناحية أخرى،
وتم تحقيق الترابط البصري بينه وبين حركة الأخبار الدولية من خلال التوحيد بينهما في
الحجم واللون، كما تؤكد حركة الأخبار العلوية علي المضمون الذي يعلوها من
خلال دفع بصر القارئ صوبها ومن ثم التعرض لها.

أما الأخبار الداخلية؛ فقد تم التقريب بينها وبين الاستفتاء المجاور لها من خلال
استخدام كائنات لونية متقاربة؛ يتم الانتماء البصري منها إلي الاستفتاء، ثم إلي
الصور، ثم إلي النصوص ثم الأخبار الدولية، ويمكن تحديد مسار بصر المستخدم
بالشكل التالي:



شكل [٦٢] يوضح: نموذج حركة العين

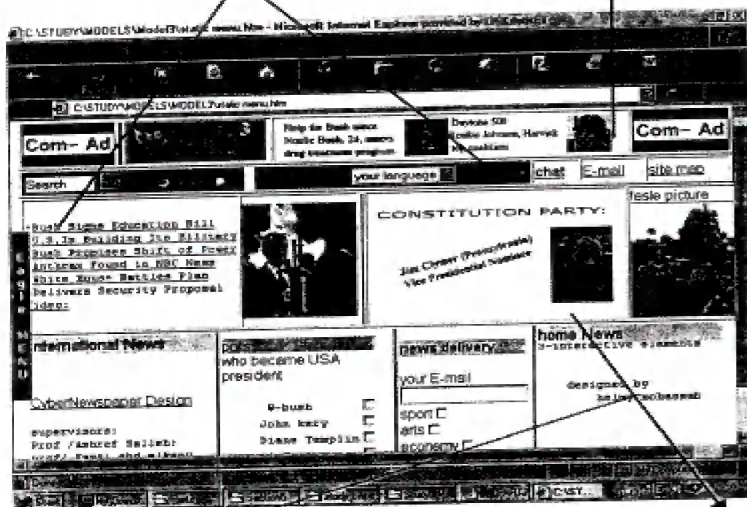
يتضح من الشكل السابق أن نظير المستخدم يأخذ شكل ارتدادي من حركة إلى حركة، فإذا ما بدء من اليمين فهو ينتهي باليسار والعكس بالعكس، أما بؤرة النظر فتكون في منتصف الصفحة حيث يكون الحيز الرئيسي .

النموذج التالي:

يحتوي هذا النموذج - رغم بساطته - علي مساحات افتراضية كبيرة تم تسخيرها في تقديم العديد من النصوص والصور المتعاقبة، ويتميز عن النماذج السابقة بوفرة المساحات البيضاء الموجودة في الصفحة من ناحية، واحتوائه علي أكبر كمية صور من ناحية أخرى، وعلي الرغم من احتوائه علي صور كثيرة إلا أنه يشغل حجماً صغيراً؛ فهو أقل حجماً من النماذج الثلاثة المعروضة، ولا يقارن مع صحف الدراسة من ناحية الحجم علي الرغم من أنه يحتوي علي صور ضحف الصور الموجودة فيها إلا أنه يشغل نصف حجم هذه الصحف؛ فهو يشغل حجم قدره ١١٥ كيلو بايت .

الصور والنصوص المتحركة لموضوعات مختلفة

قوائم



نصوص متحركة

صور ونصوص متحركة لموضوع موحد

واجهة النموذج الثالث شكل رقم [٦٣]

(١) مضمونات النموذج:

يحتوي هذا النموذج علي خمس طرق لتوسيع مساحة الصفحة هي كما يلي :

(١) الصور والنصوص المتحركة لموضوعات مختلفة:

يستخدم النموذج هذا النوع لتقديم ست موضوعات بواقع موضوعين في كل حركة (إطار) وقد تم إعطاء كل إطار فترة ظهور قدرها عشرين ثانية لعرض ما به من

مضمون ، ثم يحل الإطار الثاني مكانه بصورة لا تشعر المشاهد أن هناك حركة علي الصفحة .

ويفيد هذا النوع في تقديم الأخبار الصغيرة من ناحية ، والموضوعات التي لم تكتمل قصتها الإخبارية من ناحية أخرى ، كما يمكن أن تقدم به الأخبار الحديثة والأخبار الطريفة التي تتغير باستمرار .

ثم صناعة هذا النوع من خلال برنامج ميكروميديا فلاش ويتميز بصغر مساحته ، وقد تم تغيير ألوان النصوص المكتوبة بها الأخبار حتي يدرك المستخدم أن ثمة حركة علي الصفحة نظرا لطول فترة بقاء الصور المتحركة ثابتة .

(٢) القوائم:

تنقسم القوائم التي يستعين بها هذا النموذج إلي نوعين :

□ القائمة المنسدلة:

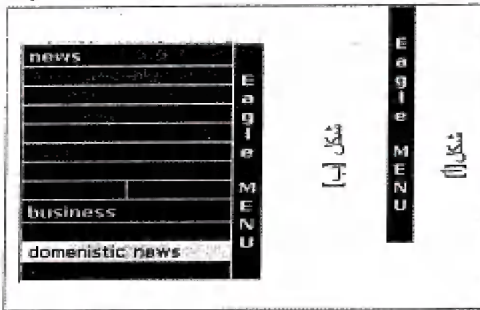
وهي قائمة تحتوي علي اختيارات لغة الصحيفة وشم وضعها في منتصف الصفحة حتي تكون في بؤرة نظر المستخدم .

□ القائمة العائمة (الغنية):

يستخدم هذا النموذج قائمة غنية بها الموضوعات المروضة علي الصفحة ، ولا تظهر هذه القائمة إلا بعد وضع مؤشر الفأرة عليها فتتحرك باتجاه اليمين ، ثم تعاود الاختفاء ثانية بعد اختيار المستخدم من موضوعاتها ، أو بتحريك المؤشر بعيدا عنها .

وتتميز القائمة العائمة بثلاثة ميزات : الأولى : أنها تتحرك مع تحريك الصفحة لأسفل ولأعلي ، لذا فهي تفيد في الصفحات الطويلة ، الثانية : أنها تفيد في تقليل المساحة المفقودة من الصفحة مما يوفر المكان لعرض أخبار أو موضوعات أخرى ، الثالثة : أنها تتميز بشكل جذاب ومتفاعل مع المستخدم .

يظهر من القائمة جزء تصنيف يوضح اسم النموذج [Eagle menu] من ناحية ، ويوضح القائمة من ناحية أخرى (أ) ، وبعد أن يتفاعل معها المستخدم تظهر بشكلها الكامل (ب) ، ثم تعاود الرجوع مرة أخرى بعد تحريك الفأرة من عليها .



شكل [14] يوضح: القائمة العائمة

(٢) صور ونصوص متحركة لإيضاح موهبة:

يستخدم هذا النوع في تقديم الموضوعات المتشعبة مثل الانتخابات ، ومؤتمرات القمة ، ولقاءات الرؤساء المتعددة ، ويتميز هذا النوع بإمكانية عرض جميع محاور الموضوع في وقت قصير علاوة على تميزه بالجاذبية .

وقد استخدم هذا النوع في تقديم مرشحي الرئاسة الأمريكية ؛ فقد خُصص لكل مرشح بطاقة توضح هويته ، وحزبه السياسي المنتمي له ، ومنصبه ، فضلاً عن صورته الشخصية ، وقد خُصص لكل مرشح نفس الفترة الزمانية ، ونفس الكلمات ، ونفس وسائل الإبراز ، وتم ترتيب المرشحين وفقاً لأغلبية الحزب الممثل له .

يحتوي هذا الرسم المتحرك على عشر إطارات ، خُصص الإطار الأول لتقديم علم الولايات المتحدة مكتوب عليه الانتخابات الأمريكية [American Elections] ، أما الإطار الثاني ؛ فقد خُصص لمادة نصية متحركة من أسفل إلى أعلى ، شارحة للأحزاب السياسية ، أما بقية الإطارات الثمانية ، فقد خصصت لتقديم مرشحي الرئاسة ، وقد استخدم برنامج ميكروميديا فلاش في صنع هذه الصور .

(٤) **نصوص متحركة :**

يستخدم هذا النموذج نصوص متحركة علي جانبي الصفحة لكي تحقق التوازن فيما بينها من ناحية ، وتعرض لكمية كبيرة من الأخبار من ناحية أخرى ، وقد خصص النص المتحرك الذي في أسفل الركن الأيمن من الصفحة ؛ لتقديم الأخبار المحلية ، في حين خصص الجزء المقابل له لتقديم الأخبار الدولية .

تفيد النصوص المتحركة المتجهة لأعلي - بصفة عامة - في دفع انتباه القارئ إليها في حد ذاتها من ناحية ، كما تدفع بصر الناظر لها إلي أعلي فتولد بذلك أهمية ذاتية لها وأهمية أخرى للموضوع الذي يملوها من ناحية أخرى .

(ب) **تصميم الصفحة:**

روعي في تصميم النموذج مجموعة من الاعتبارات الخاصة بالتصميم منها ، حركة العين ، استخدام الألوان ، وحجم العناصر البنائية وموقعها ، وهم كما يلي :

(١) **حركة العين :**

إن ما يميز هذا النموذج صعوبة حركة المشاهد داخله ؛ فهذا النموذج يحتوي علي العديد من الحركات ؛ فهناك حركات ذات شد بصري داخلي ، وهناك حركات ذات شد بصري خارجي ، وهناك حركات ذات شد بصري داخلي وخارجي ، نعرض لها فيما يلي :

□ **حركات الشد البصري الداخلي:**

يقصد بحركات الشد البصري الداخلي أن حركة الصورة حركة داخلية لا تعذب الانتباه إلا لنفسها فقط ، وتتجلى هذا الحركة عندما تغيب الصورة وتظهر ، ولا تأخذ اتجاه في حركتها مما ينجم عنه دفع عين المشاهد إلي الحركة الداخلية المتولدة عن هذه الصورة ، وهو ما تمثله حركة الرسوم المتحركة في النوع الأول المشار إليه " الصور والنصوص المتحركة لموضوعات مختلفة " وهذا النوع مفيد لاحتواء الرسوم المتحركة علي موضوعات مختلفة فتوزع الأهمية عليها فيما يعرف بتوزيع الأهمية الداخلية .

□ **حركات الشد البصري الخارجية،**

يقصد بحركة الشد البصري الخارجي أن الرسم المتحرك يدفع بصر المستخدم خارجه ؛ وذلك نتيجة حركته باتجاه مخالف لمكانه ، فهو قد يأخذ اتجاه علوي أو سفلي أو يمين أو يسار خارج المنظر ، مما يترتب عليه أن نظر المشاهد يتجه في الناحية التي يتحرك صوبها المنظر ، وقد تجلت هذه الحركة في حركة النصوص المتحركة إلى أعلى .

□ **حركات الشد البصري الداخلي والخارجي،**

تجمع هذه الحركة بين الحركتين السابقتين ؛ فهي تحتوي علي حركة داخلية وأخرى خارجية ، فيمكن أن يحتوي الإطار الأول علي حركة داخلية في المنظر ، بينما يحتوي أحد الإطارات التالية علي حركة خارجية . لكن يعيب هذا النوع تشتيت انتباه وتركيز القارئ بين الحركة الداخلية والحركة الخارجية ، وهذا النوع تمثله حركة الصور الموجودة في منتصف الصفحة المشار إليها باسم " صور ونصوص متحركة لموضوع موحد " ، وربما تحقق له ميزة جديدة وهي محاولة إعطاء الفرصة لبقية الموضوعات لكي تحظى بالأهمية .

(٢) **استخدام الألوان:**

نظرا لكثرة الحركة في الصفحة فقد روعي في تقديم الألوان أن تكون متدرجة من أعلي درجة طيفية (اللون الأحمر) إلى أقل درجة طيفية (اللون البنفسجي) ؛ وذلك لكي يحظى كل عنصر بناتي علي حركته الذاتية الخاصة به من ناحية ، ويدفع بحركة عاكسة للعناصر البنائية المقابلة من ناحية أخرى .

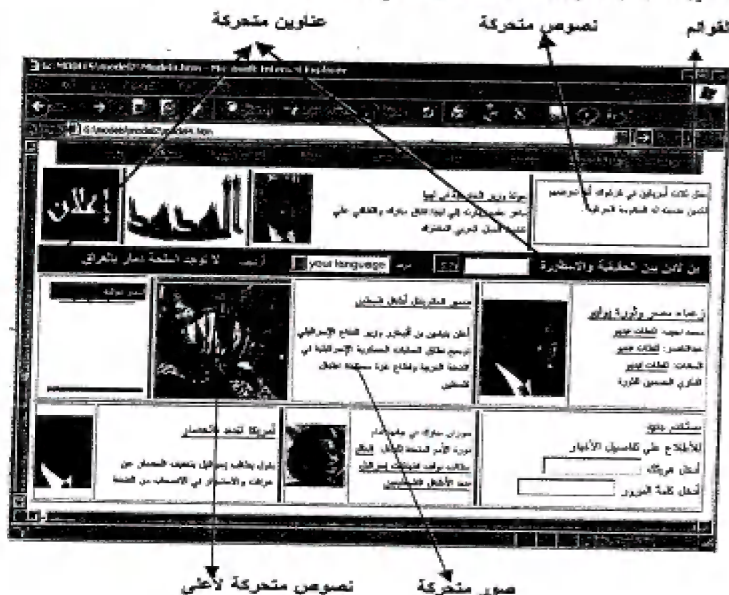
ويستخدم هذا النموذج أسلوب الألوان التماثلية في محاولة لتحقيق التدرج في الصفحة بين الألوان الباردة والدافئة ، وإن كانت الألوان الدافئة ممثلة أكثر ، وذلك في محاولة لجذب كل تركيز المشاهد وإعمال جميع الصبغات الموجودة في شبكية العين .

(٣) **هجم العناصر البنائية وموقعها:**

استخدم هذا النموذج طريقة البلوكات في تقديم موضوعاته ؛ فقد تم تقسيم الصفحة إلى ثلاث مناطق يفصل بينهما شريط أفقي ، وهذا النموذج أقرب ما يكون إلى أسلوب التماثل التام ، فلو مررنا خط في منتصف الصفحة فأننا نلاحظ أن الناحية اليمنى مساوية للناحية اليسرى تماما .

النموذج الثالث:

يتميز هذا النموذج بألوانه الجذابة من ناحية وكثرة الأشكال التي تؤدي الحركة من ناحية أخرى ، وعلي الرغم من كثرة الأشكال التي تؤدي الحركة إلا أن المشاهد لهذا النموذج يجد أن به حركة قليلة لا تتناسب مع الحركة الفعلية .
تشغل الصور والنصوص بهذا النموذج حجما قدره ١٢١ كيلو بيت وهو حجم صغير مقارنة بالصور والألوان الموجودة علي الصفحة .



شكل [٦٥] يوضح واجهة النموذج الثالث

(١) محتويات النموذج:

يحتوي النموذج على أربعة أشكال للحركة ، ولكل حركة دور في تحديد المساحة أمام المستخدم ، وهم كما يلي :

(١) النصوص المتحركة :

تعرض النصوص المتحركة للأخبار الحديثة التي ترد إلي موقع الصحيفة ، ولم تكتمل قصتها الاخبارية بعد ، وقد تم صنعها بلغة جافا سكربت حتى يمكن التحكم في حركتها من ناحية ، وحتى لا تشكل حجما كبيرا من ناحية أخرى .

تتميز هذه النصوص ببطء حركتها ، ومن ثم فهي تتيح للمستخدم فرصة كبيرة في الاطلاع عليها ، كما تتميز أيضا بموقعها ؛ فهي تشغل الركن الأيمن العلوي وهو الذي يشغل حيزاً كبيراً من مركز الرؤية ، وقد تم تقليل حركة النصوص حتى لا تشغل الحركة انتباه المستخدم وقد تم تحديدها بواقع ٣ ثواني لكل نص .

(٢) الصور المتحركة :

تحتوي الصور المتحركة على ثلاث صور مرتبطة بالخبر وتمكن انتهاك إسرائيل لاتفاقيات جنيف ؛ فهي تقتل الأطفال ، وهو ما لم تكن تستطيع أن تعبر عنه صورة واحدة ، وقد استخدم النموذج برنامج ميكروميديا فلاش في صنع هذه الصور ، وقد تم تسريع عرض هذه الرسوم ؛ حتى نجعل المستخدم يتعاطف مع الصور فلا تترك له فرصة للتفكير فيما يعرف بأسلوب التكرار المكثف للرسالة الإعلامية .

(٣) النصوص المتحركة لأعلى :

تستخدم النصوص المتحركة لأعلى في تقديم الأخبار الداخلية في الصفحة ، وبمجرد أن يوجه المستخدم مؤشر الفأرة عليها تقف حركتها نهائياً ، ولا تعاود الحركة إلا بعد خروج مؤشر الفأرة عنها ، وللصحيفة الحرية في أن تتضمن الرسوم المتحركة أي أخبار داخلية تسريدها وفقاً لعنوانها غير أنه يجب أن تكون هذه الأخبار متوافقة مع العنوان الرئيسي الذي يعلوها فلا يصح تقديم أخبار دولية بها مثلاً .

(4) العناوين المتحركة :

يستخدم النموذج نوعين من العناوين المتحركة في منتصف الصفحة وقد تم إبعاد كل منهما عن الآخر حتي لا يتعارضان ، أو يتنافسان ، كما وُحِدَ بينهما في اللون والحجم والخلفيات لذات السبب أيضا ، ويتميز هذا النوع بشكله الجذاب وإمكانية أن يحتوي علي خطوط غير موجودة في نظام الكمبيوتر أو الإنترنت كاستخدام خطوط الرقمة مثلا أو الخطوط المكتوبة باليد ، ويعيب المساحة التي يشغلها فهو يشغل مساحة قدرها ٤ كيلو بايت .

استخدم النموذج لهذه النصوص صورة من نوعية [Gif] بواقع ثلاثة إطارات لكل صورة ، يحوي كل إطار عنوانا مستقلا .

(٥) القوائم :

يستخدم هذا النموذج القوائم الأفقية في تقليص المساحة المفقودة أعلي الصفحة فعادة ما يترك مستعرض الإنترنت مساحة أفقية قدرها ١٠ بيكسل بمرض الصفحة أي ما يساوي مساحة صافية - بعد استقطاع المزلاج - قدرها ٧٧٠٠ بيكسل ، وهي مساحة ليست بالقليلة ، كما أن القوائم الأفقية لو مددنا مساحتها الداخلية لحصلنا علي قرابة منتصف الصفحة أو عمودين قدرهم ٢٠٠ بيكسل بطول الصفحة .

(ب) تصميم الصفحة :

يتناول تصميم الصفحة كلاً من الألوان ، وحركة العين ، وأحجام ومواقع العناصر البنائية علي الصفحة وهم كما يلي :

(١) حركة العين :

يستخدم هذا النموذج بشكل مكثف الحركة الداخلية (الذاتية) فهو يستخدم الحركة الذاتية لكل من الصور المتحركة لدفع نظر المشاهد إلي الصور ذاتها ، وقد تم مقابلة هذه الحركة الداخلية بحركة تصاعدية من قبل العناوين المتحركة لأعلي لكي لا تسأثر الصور بكل يؤرة الاهتمام فيكيفها الحركة الذاتية .
وإذا نظرنا إلي الجهة اليمني العلوية أوجدنا حركة ذاتية أيضا مصدرها النصوص المستغرة وقد تم التقليل من أهمية هذه الحركة الداخلية بتقليل سرعة عرض المعلومات

إخراج الصحف الإلكترونية **الهدف الثاني**
نظرا لأن هذه النصوص تشغل موقعا عالي الأهمية في حد ذاته وهو الركن الأمين العلوي الذي يعد بمثابة منصة انطلاق القراءة .

إما إذا انتقلنا إلي منتصف الصفحة فأننا نلاحظ أن الشريط الواقع في منتصفها قد أحيط في جانبيه بعناوين ذات حركة داخلية ، وتنوع أهمية الحركة الذاتية هنا في أنها لا تدفع بصر المشاهد خارج شاشة الكمبيوتر ولكنها تجبره علي النظر إليها .

(٢) الألوان :

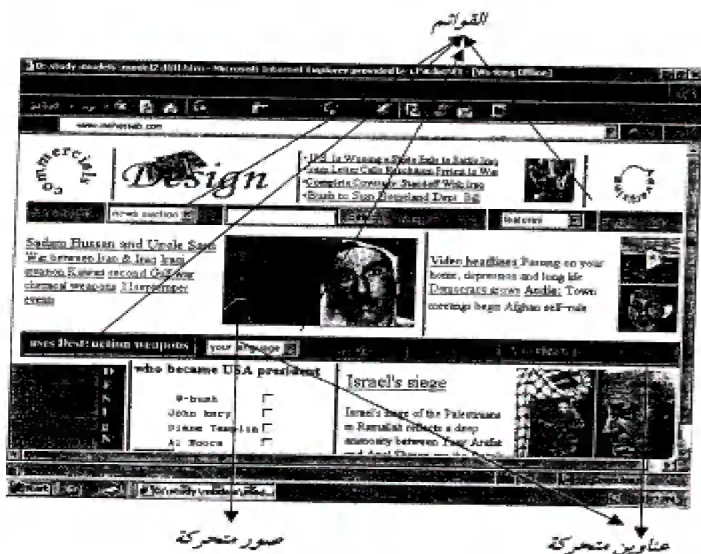
استخدام هذا النموذج الألوان الساخنة (الدافئة) وهو ما يواكب مع طبيعة الأخبار ، غير أنه لم يستخدمها بشكلها الصارخ ولكنه قلل من استخدام اللون الأحمر اللهم إلا في المناطق التي يراد إبرازها بشكل خاص .

(٣) الحجم والموقع :

ثمة علاقة بين الحجم والموقع ، فالمواقع ذات الأهمية القصوى يفضل ألا توضع فيها مؤثرات تدفع نظر المشاهد لها مثل الحجم الكبير سواء أكان للصور أم النصوص ، وذلك وفقا لقاعدة أسلوب التقسيم المتساوي للأشكال المتقاربة ، وقد تم تقديم الصور بأحجام متقاربة فيما عدا صور الموضوع الرئيسي التي زاد حجمها عن بقية الصور زيادة طفيفة .

النموذج الرابع :

يشير هذا النموذج بزيادة كمية المادة النصية المعروضة علي الصفحة من ناحية ، وزيادة كمية الصور المعروضة من ناحية أخرى ، أما حجم الملفات التي يتكون منها هذا النموذج فلا يزيد عن ١٢٢ كيلو بايت ، وهو حجم صغير بالنسبة للصور التي يمرض لها ، ونقدم له بالتفصيل فيما يلي :



شكل [٦٦] يوضح واجهة النموذج الرابع

(أ) مقتويات النموذج:

يحتوي هذا النموذج على ثلاثة طرق لتوسيع مساحة الصفحة هي: العناوين المتحركة، والصور المتحركة، والقوائم بشقيها المتسلسلة والمتبقية؛ وهم كما يلي:

(١) العناوين المتحركة:

يحتوي هذا النموذج على عنوانين متحركين أحدهما في الجهة اليمنى والآخر في الجهة اليسرى، ويتميزان بلون بني داكن يميزهما عن بقية العناصر البنائية الموجودة

إخراج الصحف الإلكترونية **القلب الثاني**
علي الصفحة ، ويعرض كمل واحد منهما لثلاثة عناوين ، يعرض العنوان الأيمن
لعناوين المقالات ، بينما يعرض الأيسر لثلاثة أخبار دولية ، ويمكن أن يعرض أحدهما
للأخبار المحلية والآخر للأخبار الدولية .

تشغل هذه العناوين مساحة فيزيائية صغيرة قدرها ٢٠٠ بيكسل عرض ، و ٢٥
بيكسل طول ، تستغل لعرض مساحة ثلاثة عناوين متحركة من نوعية [Gif] ، ويتميز
هذا النوع بسرعة تحميله من ناحية ، وشكله الجمالي من ناحية أخرى ، فحجمه صغير
قدر الواحد منه ٨ , ٤ كيلوبت .

(٢) الصور المتحركة :

استخدم هذا النموذج صورة متحركة علي هيئة كتاب تنقلب صفحاته ، وفي كل
صفحة صورة ، ويفيد هذا الأسلوب عندما يكون الموضوع له مسحة تاريخية ؛ فهذا
النموذج يعرض صوراً لحياة الرئيس العراقي منذ أن كان طفلاً وحتى اعتقاله من قبل
القوات الأمريكية ، وهو ما يوائم طبيعة الحدث فضلاً عن الشكل الجمالي الجذاب
الذي تتميز به هذه الصورة وإن كانت تكاد تخلو من الألوان .

استخدم النموذج لغة جافا سكريبت في تقديم هذه الصور وتم التحكم في سرعة
عرض الصور بمقدار ثانية ونصف ، وتم وضع رابطة لكل صورة تسمح للمستخدم
بالانتقال إلي صفحة الصورة التي بها أحداث .

(٣) القوائم :

يحتوي هذا النموذج علي نوعين من القوائم أحدهما يمثل القوائم المنسدلة ،
والآخر يمثل القوائم المنبثقة وهما كما يلي :

□ القوائم المنسدلة :

يحتوي النموذج علي ثلاثة أشكال من القوائم المنبثقة يمثل النوع الأول قائمة
الأخبار ، بينما يمثل النوع الثاني قائمة الملامح [Features] ، أما النوع الثالث
فخصص لقائمة اختيار اللغة ، وقد روعي التفريق بين الثلاثة أنواع فوضعت القائمة
الأولي في الجهة اليسرى من الشريط العلوي ، أما القائمة الثانية التي تمثل الملامح فقد
وضعت في الجهة اليمنى من الشريط العلوي ، أما القائمة الثالثة فقد تم وضعها في

إخراج الصحف الإلكترونية الشريط الثاني ، وعلي الرغم من التفريق بينهم إلا أنه روعي في تقديمهم إدراك علاقات الارتباط بينهم فتم وضعهم علي هيئة مثلث قاعدته من أعلي وارتكازه من اسفل لأن العين تدرك من خلال إقامة العلاقات الهندسية فيما يعرف بمبدأ الإغلاق.



شكل [٦٧] يوضح القوائم المنسدلة

يوضح الشكل المقابل مواقع استخدام القوائم المنسدلة علي الصفحة ، كما يوضح العلاقة بين الثلاثة قوائم المنسدلة من زاوية وهو ما يوضحه الشكل الثالث ، ويوضح من الزاوية الأخرى التباعد المكاني بين الثلاث قوائم .

□ القوائم المنبثقة

استخدم النموذج القوائم المنبثقة في نهاية الصفحة من الجهة اليسري ، وقد تم اختيار هذا الموقع لجملة من الأسباب منها ما يلي :

- ١- ترك المساحة العليا لتقديم أشكال معلوماتية مباشرة مثل النصوص والصور .
- ٢- تثبيت ركن الصفحة الأيسر بمادة ثقيلة مقابلة للصورة الموجودة في ركن الصفحة الأيمن .
- ٣- ضرورة أن تكون القوائم في اتجاه اللغة ، فلا يصح وضعها في منتصف الصفحة مثلما توضع القوائم المنسدلة ؛ فهذه القائمة تشغل مساحة كبيرة من ناحية ، وتفرغ منها مساحات أكبر من ناحية أخرى .

(ب) تصميم الصفحة:

روعي في تصميم النموذج مجموعة من الاعتبارات الخاصة بالتصميم منها:
استخدام الألوان ، وحجم العناصر البنائية وموقعها ، حركة العين ، وهم كما يلي :

(١) الألوان:

نظراً لكثرة المادة الزرقاء التي فرضتها طبيعة النص الفائق والتي أثرتنا عدم تغيير لونها حرصاً علي تعود القارئ علي أن اللون الأزرق يمثل الروابط فقد استخدمنا اللون البرتقالي ليقابل من حدة المادة الزرقاء من ناحية ويضفي البهجة من ناحية أخرى ممزوجاً باللون الأخضر في مناطق متفرقة علي الصفحة ليحقق راحة الإبصار لدي المستخدم، ولم تلجأ الدراسة إلي اللون الأحمر حتى لا يحدث إجهاد لحدة العين نتيجة تحديقها .

أما فيما يخص التدرج اللوني فلم تفرق الصحيفة في استخدام اللون البرتقالي بشكل كامل، ولكنها استخدمت درجاته المختلفة حتى تسمح للعين بالانسيابية في حركتها والتنقل السهل والتدرجي من عنصر يناتي إلي آخر .

وعليه يمكن القول بأن هذا النموذج استخدم أسلوب الألوان التماثلي في تقديم موضوعاته، وتشعر الألوان التماثلية - المكونة من كائنات متقاربة - المستخدم بأن هنالك حركة علي الصفحة ، لأن استخدام أكثر من لون يجعل عين المشاهد تتنقل آلياً من عنصر إلي آخر .

(٢) حركة العين وحجم العناصر البنائية:

تعتمد حركة العين حول العناصر البنائية علي مبادئ التصميم مثل حجم العناصر البنائية أو ألوانها أو حركة الرسوم المتحركة التي تدفع نظر المشاهد صوب حركتها ، وعليه فإن الصورة الموجودة في الوسط تدفع نظر المشاهد إلي الموضوع المصاحب لها فحركة صفحات الكتاب: تنجبه نحو النص الموجود في الجهة اليسرى .

أما دور الأحجام في تحريك نظر المشاهد، فقد روعي فيها أن تكون متماثلة لكي تجعل نظر المشاهد يتجه نحوها، فإننا نجد ثلاث صور من الصور الإيهامية المتساوية، التي تدفع بصر المشاهد نحوها، كما تساوت مساحة الصورة الموجودة في أسفل الجهة اليمنى مع مساحة القائمة الموجودة في أسفل يسار الصفحة .

إخراج الصحف الإلكترونية الباب الثاني

أما فيما يتعلق بأحجام النصوص ، فقد روعي في العناوين الرئيسية أن تكون متماثلة ؛ لكي لا يحظى عنصر بأهمية أكثر من العنصر الآخر ، وروعي في العناوين الفرعية أن تكون متناسقة مع العنوان الرئيسي الحاوي لها .

أما الألوان فقد روعي فيها أن تكون متقاربة ؛ لتدفع نظر المشاهد من عنصر بنائي إلى آخر وهو ما تم شرحه آنفا .

نتائج البحث

نتائج الدراسة

لما كانت نتائج أي دراسة صدي لتساؤلاتها وترجمة لأهدافها، فهذه الدراسة لا تخرج عن هذا النطاق، ولكنها تضيف إلى هذه النتائج الرؤية التقييمية لكي لا تكون هذه النتائج بعيدة عن التطبيق أو معروضة من برج عاجي مفصول فيه التطبيق عن الدراسة العلمية، لهذا اعتمد الباحث في دراسته هذه علي إمكانيات الإنترنت الفعلية التي يمكن أن تفيد منها الصحف الإلكترونية في تطوير شكلها بما يتناسب مع الإمكانيات ودون الإغراق في التقييم الذي لا يراعي الإمكانيات المادية والتقنية للصحف، علاوة علي ذلك، فقد روعي في الدراسة التقييمية الاعتماد علي القواعد العلمية التي وضعها المصممون جنباً إلى جنب مع القواعد التي استقهاها البحث من الأكاديميين في مجال الإعلام في بعض أقسام الإعلام في الولايات المتحدة، مع وضع نتائج الأبحاث العلمية بحكاً تقويمياً إذا ما اشتط هذا الجانب أو ذاك كل هذا غير مفصول عن رؤية الباحث.

وعليه فقد تم تقسيم العناصر التي تفيد منها الصحف الإلكترونية من ناحية البناء إلى فئتين رئيسيتين أولهما: العناصر البنائية الموجودة في الصحف الإلكترونية، وثانيهما توزيع هذه العناصر علي واجهة الصحيفة الإلكترونية وهما المشار إليهما في فصول الدراسة بالعناصر البنائية والتصميم وهما كما يلي:

أولاً: العناصر البنائية:

تم تقسيم العناصر البنائية التي تبني هيكل الصحف الإلكترونية - بصفة عامة - إلى ثلاثة عناصر، أولها: العناصر البنائية الأساسية التي لا غني لأي صحيفة إلكترونية عنها، فهي بمثابة القناة التي تنقل المضمون إلي المستخدم، ثانيها: العناصر البنائية المساعدة وهي التي تساعد في التأكيد علي العناصر المعلوماتية السابقة إذ لا تحتوي علي معلومات في حد ذاتها ولكنها تسهم في إبراز المضمون، ثالثها: العناصر البنائية التفاعلية وهي العناصر التي تتفاعل مع القارئ جاعلة إياه علي قدم المساواة مع منتج المادة الإعلامية، وهذه العناصر هي ما تميز الإنترنت عن بقية وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، وتطرح فيما يلي ما توصلت إليه الدراسة حول مدى إفادة الصحف المصرية والأمريكية من هذه العناصر.

العناصر البنائية الأساسية:

تم تقسيم العناصر البنائية الأساسية الموجودة علي الإنترنت إلي ثلاثة عناصر :
أولها : العناصر البنائية التقليدية ؛ وهي التي ورثتها الصحف الإلكترونية من الصحف الورقية عند انتقالها إلي الإنترنت وهي المتمثلة في الصور والنصوص ، ثانيا : العناصر البنائية المتعددة ؛ ويشار إليها عادة بالوسائط المتعددة وهي التي جمعت بداخلها مميزات وسائل الاتصال الجماهيري المتمثلة في الصوت والرسوم المتحركة والفيديو ، ثالثها : العناصر البنائية الفائقة ؛ وهو ما يعبر عنه بالنص الفائق الذي يقوم بربط الوسائط المتعددة والتقليدية في منظومة واحدة تجمع في طبائنها النص والصور والفيديو والصوت والحركة ؛ ونعرض فيما يلي لكيفية إفادة صحف الدراسة من كل وسيط من هذه الوسائط كما يلي :

(أ) العناصر البنائية التقليدية:

لم تنقل الصور والنصوص إلي الإنترنت كما هي في الصحافة الورقية ؛ ولكنها حظيت بإمكانيات الوسيلة الجديدة المتمثلة في معالجة الصور والنصوص وإعادة تنقيحها وتشذيبها لتناسب مع وضعية الوسيلة الجديدة .

ولما كانت النصوص ذات تعبير دلالي مختلف عن الصور في طريقة تعبيرها عن المضمون ، ولما كان كل وسيط من هذين الوسيطين له معايير وأسسه التي تحكم حركته داخل بناء الصحيفة ، لذلك نعرض أولا لكيفية تطبيق هذه المعايير علي النصوص ، ثم تتبعه بالصور كما يلي :

(1/1) النصوص:

إن المحك الأساسي الذي يحكم حركة النص داخل البناء الشكلي للصحيفة هو طريقة إنقراطيته ، وعليه فإن النص محدد بأبعاد الإنقراطية التي تم تحديدها في أربعة أبعاد رئيسية هي : نوع الخط ، وحجم الخط ، وأنساع السطر ، والنص القيادي .

لقد تباينت صحف الدراسة الأربع في الإفادة من القواعد التي وضعتها الدراسات الأكاديمية والقواعد التي حددتها عينة الدراسة الميدانية والقواعد التي قدمها المصممون بخصوص هذه الأبعاد .

لقد اختلفت صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي في تبنيهما لأنضلية

إخراج الصحف الإلكترونية **نتائج البحث**
الخطوط التي حددتها الدراسات الأكاديمية والتي رأت أن خط (Arial) هو الأفضل بالنسبة للعناوين والمقدمات أما (Verdana) فهو الأفضل بالنسبة للنص المستمر.

ويتطبيق هذه القاعدة أنصح إفادة صحيفة اليو إس إيه توداي من هذه القاعدة، فقد استخدمت خط [Arial] - الذي لا يحتوي علي زوائد - في كتابة كل صفحاتها، أما صحيفة النيويورك تايمز فقد ألقت بهذه القاعدة عرض الحائط واستخدمت خط [Times NR] في كتابة نصوصها ، في حين أننا نعارض تطبيق هذه القاعدة علي الصحف العربية إذا لا توجد دراسة عربية تعضد من نتائج الدراسات الأجنبية حول أفضلية خط [Arial] من زاوية ولا يوجد في الخطوط العربية خط يسمى [Verdana] .

لقد اتفقت صحف الدراسة الأربع مع نتائج الدراسة الميدانية ونتائج الدراسات السابقة بخصوص حجم الخط ، فقد رأت عينة الدراسة الميدانية بنسبة ٨٥٪ أفضلية الخط الذي حجمه ١٢ نقطة للقراءة المستمرة متفقة في ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التي قدمها تومس وجينفر وهاري عام (١٩٩٥) وتلك التي قدمها ميشال ونشاي عام (٢٠٠٢) مع بعض الاختلافات الطفيفة .

فقد اتبعت صحيفة الأهرام هذه القاعدة فقد قدمت عناوينها بخط ١٣, ٥ نقطة وقدمت متونها بخط ١٢ نقطة ، أما صحيفة الجمهورية فقد خالفت هذه القاعدة وقدمت عناوينها بخط سميك مقداره ١١ نقطة ، كما قدمت متونها بخط مقداره ١١ نقطة ، أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو إس إيه توداي فقد قدمنا نصوصهما بخط مقداره ١٢ نقطة .

لقد تباين علماء الجغرافيا في تحديد الحجم المناسب لطول السطر نجم عن هذا التباين ظهور خمس قواعد مختلفة لطول السطر ، ولكل قاعدة من هذه القواعد ما يدعمها من أدلة وبراهين تدعم وجودها ، ولكننا ندعم قاعدة الحروف التي تتواءم مع قاعدة الكلمات ، فهذه القاعدة تسمح بتقديم عدد كبير من الكلمات بما يتناسب مع الإخراج الأفقي للصفحات ، وتنص قاعدة الكلمات علي ضرورة ألا يزيد عدد الكلمات عن عشرة وألا يقل عن ثمان كلمات في السطر ، بينما تنص قاعدة الحروف علي ضرورة ألا تقل الحروف عن خمسين حرفاً ولا تزيد عن ثمانية وسبعين حرفاً وبمواءمة الحروف مع الكلمات تبين أنهما شبه متساويين ؛ فالخمسون حرفاً تساوي قرابة تسع كلمات ، وثمانية وسبعون حرفاً تساوي قرابة ثلاث عشرة كلمة تقريباً .

إخراج الصحف الإلكترونية نتائج البحث

ويتطبيق هاتين القاعدتين علي صحف الدراسة تبين أنها تبنت هاتين القاعدتين باستثناء صحيفة الجمهورية، فلم يزد متوسط عدد كلمات صحف الأهرام والنيويورك تايمز واليو أس آيه توداي في السطر الواحد عن اثني عشرة كلمة، ولم يقلوا عن ثنائي كلمات - في السطر الطبيعي -، بينما لم تأخذ جريدة الجمهورية بهذه القاعدة وعرضت عدد كلمات أكبر من اللازم، فقد وصل طول السطر ما بين ست عشرة كلمة إلي تسع عشرة كلمة في صفحاتها الداخلية، وهذا الإجراء يتعارض مع كل قواعد الإنقرائية الخاصة بطول السطر.

أما النص القيادي فيشير إلي النصوص المكتوبة بخط كبير - مثل العناوين والمقدمات - والتي تقود القارئ إلي المتن، بيد أن صحف الدراسة جميعها لم تعط هذه النصوص أهمية تذكر؛ فقد اكتفت صحيفتا الأهرام والجمهورية بتقديم العناوين الرئيسية بخط كبير مميزة أباهما عن النص، في الوقت الذي ندر استخدامهما للعناوين الفرعية والمقدمات، أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد اتفقتا مع صحيفتي الأهرام والجمهورية في تمييز العناوين الرئيسية عن المتن بخط كبير، بيد أنهما زادا علي الصحيفتين المصريتين في أنهما اهتمتا بتمييز المقدمات عن المتن في بعض موضوعاتهما الداخلية.

(١/٢) الصور:

هناك مجموعة من المعايير والمبادئ التي وضعها المصممون، أو طرحتها هيئات عالمية بالنسبة لجودة الصورة وحجمها ومساحتها تم تعميمها أو تعديلها من قبل الدراسة الميدانية، ويتدخل رؤية الباحث، وهذه القواعد تخص نوع الصور - GIF و [JPG] - وحجمها ومساحتها وموقعها بالنسبة للنصوص:

لقد أسرفت صحيفتا الأهرام والجمهورية في استخدام الصور من حيث الكم والكيف غير معيرة القواعد العلمية بالأ والتي توصي باستخدام الصور من نوعية [JPG] للصور الشخصية فقط، فقد أسرفتا في استخدام هذا النوع من الصور في تقديم الشكل الجمالي علي الرغم من كبر حجم هذه الصور والذي يترتب عليه بطء تحميل صفحة الإنترنت، أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد التزمتا بالقواعد الخاصة بنوعية الصور.

أما فيما يتعلق بمساحة الصورة (الطول × العرض) فلم يتفق كل من المصممين

وعينة الاستبيان الإلكتروني حولها ؛ فقد فضلت عينة الاستبيان الإلكتروني مساحة كبيرة في حين أوصى المصممون بمساحة صغيرة ، وقد تدخل الباحث لتقنين هذه المساحة لكي يتم تحميل الصفحة بسرعة من ناحية وتكون الصور واضحة المعالم من ناحية أخرى .

وعليه فقد تم تقنين مساحة الصور الموضوعية المثالية بحوالي ٥٠٠٠٠ بيكسل ، والشخصية بحوالي ١٨٠٠٠ بيكسل ، والإيهامية بحوالي ٥٠٠٠ بيكسل ، وبتطبيق هذه القواعد على صحف الدراسة الأربع تبين استخدامها للمساحة المثالية بالنسبة للصور الموضوعية والشخصية ، بيد أن الصحيفتين الأمريكيتين تميزتا عن الصحيفتين المصريتين في استخدامهما للصور الإيهامية .

إن موقع الصور بالنسبة للنص لم تتناوله دراسات سابقة - في حدود علم الباحث - لذا تمت الاستعانة بأراء عينة الاستبيان الإلكتروني لتحديد أفضليته ؛ فقد توصلت الدراسة أن أفضل موقع بالنسبة للصور هو في اتجاه اللغة ، حيث رأي ١٧ أكاديميا بنسبة ٦٥٪ أن هذا الوضع هو الأفضل بالنسبة لاستمرارية القراءة ، بينما رأي سبعة أكاديميين بنسبة ٢٧٪ أن أفضل وضع للصور هو بين النص والعنوان ، في حين سلك اثنان بنسبة ٨٪ مسلكاً مختلفاً حيث رأوا أن وضع الصور فوق العنوان هو الأفضل .

وعليه فقد وضعت كل من صحيفتي الأهرام والجمهورية صورهما في اتجاه اللغة ، أما النيويورك تايمز ؛ فقد وضعت صورتها الرئيسية فوق النص في صفحة بدائها ، أما صورها الأربع اللاتي تقع في نصف صفحة بدئها فقد وضعنها أسفل النص الفائق ، في حين عدلت من هذا الوضع في صفحاتها الداخلية لتصبح كل الصور في اتجاه اللغة ، أما صحيفة البيو أس آيه توداي فقد وضعت صورتها الرئيسية فوق العنوان ، وبقيت صورها عكس اتجاه اللغة ، بيد أنها عدلت هذا الوضع في صفحاتها الداخلية لتصبح الصور جميعها في اتجاه اللغة .

(٢) الوسائط الفائقة / النص الفائق:

يعد النص الفائق (الوسائط الفائقة) من الدلائل الفارقة بين الصحافتين الورقية والإلكترونية ؛ فبظهوره بدأ يسدل الستار - تدريجياً - علي سيطرة الكاتب علي النص ليعبرز دور القارئ كمشارك في بناء النص ، وألقت هذه المشاركة بظلالها علي مسارات القارئ داخل النص وقد تتطلب ذلك من الإخراج الإلكتروني أن يكون ملماً بكل

إخراج الصحف الإلكترونية نتائج البحث
المسارات التي يمكن أن يسلكها القارئ في تجوله داخل النص والتي حددها الباحث بخمسة أنواع هي :-

• النص الفائق الداخلي : هو النص الفائق الذي يحيل القارئ إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع بناء على العناوين المقدمة أمامه ، وهذا النوع منتشر في كل الصحف الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت .

• النص الفائق الخارجي : هو النص الذي يحيل القارئ إلى مواقع أخرى بخلاف موقع الصحيفة ، لكي يتزيد القارئ من المعلومات حول حدث معين ، وقد اختلفت صحف الدراسة في اعتمادها عليه ، ففي الوقت الذي استخدمته كل من النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي أحجست عن استخدامه كل من الأهرام والجمهورية ، ويرجع عدم استخدام هذا النوع من قبل كل من الأهرام والجمهورية إلى أنهما مازالتا تنظران إلى الصحف الإلكترونية بنظرة الصحف الورقية .

• النص الفائق المحلي : هو النص الفائق الذي يتيح للمستخدم التنقل داخل نفس الصفحة صعودا وهبوطا ، وهناك نوعان من الروابط المحلية ، أحدهما يستخدم في الصفحة الرئيسية (صفحة البدء) ويسمح للقارئ بالتنقل داخل أرجاء الصفحة ، والآخر يستخدم في الصفحات الداخلية لجعل القارئ يتنقل بين القصص الإخبارية وفقا لمعلوماته حولها ، لم تستخدم النوع الأول الخاص بالتنقل من أسفل إلى أعلى أو العكس سوى جريدة الجمهورية ، ويمزو الباحث عدم استخدام هذا النوع من قبل الصحف الثلاث الأخرى إلى أن صفحة البدء ليست طويلة بالقدر الذي يجبرهم على استخدام روابط داخلية من النوع الأول ، أما النوع الثاني الخاص بالتنقل بين ثنايا القصص الإخبارية ، فقد استخدمته صحيفتا النيويورك تايمز واليو إس إيه توداي في تناولهما لبعض القصص الإخبارية الدولية والمحلية .

• النص الفائق والقوي الفاعلة في النص : هو النص الذي يحيل القارئ إلى قوي فاعلة : أي الأشخاص الذين يدور حولهم الخبر ، أو الذين أسهموا في صناعته ، وقد تفاوتت صحف الدراسة في إفادتها من هذا النوع ، فلم تستخدمه كل من الأهرام والجمهورية ، غير أن الصحف الأمريكية عينة

إخراج الصحف الإلكترونية **نتائج البحث**
الدراسة أفادت من هذه الإمكانية في ربط القارئ بالعديد من الشخصيات العامة .

• النص الفائق والقائم بالاتصال : يقصد به خلق أداة اتصال عبر النص الفائق بين القارئ ومنتج المادة الاتصالية ، ويتم هذا عن طريق استخدام أدوات التواصل التفاعلي مثل حجر الزرثرة والبريد الإلكتروني .

(أ) الوسائط المتعددة:

جمعت الوسائط المتعددة - الرسوم المتحركة الصوت والفيديو- الصحافة الإلكترونية على قدم المساواة مع وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى جميعها ؛ فقد شملت على ميزة الصوت التي يتميز بها الراديو ، وشملت على ميزة الفيديو التي يتميز بها التلفزيون ، واضحة بين يدي المخرج هذه الوسائل جميعها لتخبر منها الوسيلة التي تتواءم مع رؤيته الفنية ، بيد أن هذه الوسائل محكومة بقبود بطء إرسال المعلومات التي تجعل المخرج يفضل نظريتها التقليدية عليها .

غير أن عينة الدراسة الميدانية رأَت بنسبة عالية قدرها ٨٨,٥ ٪ رأياً آخر ، فقد فضلت عرض الأخبار مصحوبة بتقنية الصوت والصورة لكني يكون المستخدم متعايشاً مع الحدث . أما الواقع الفعلي في الصحافة الإلكترونية الذي عكسته الدراسة التحليلية فقد جاء متناقضاً مع رؤية واقع بطء شبكات المعلومات في تحميل ملفات الفيديو والصوت ؛ فقد قللت صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي من استخدام الوسائط المتعددة إلا في أضيق الحدود ونحن نتفق مع هذه الرؤية ، ولا نتفق مع رؤية كل من الأهرام والجمهورية اللتان همشتا هذه الوسائط .
ونرصد فيما يلي لمدي إفادة الصحف من هذه الوسائط .

(٢/١) الرسوم المتحركة:

تذبذبت صحف الدراسة في طريقة استخدامها للرسوم المتحركة ، وواكب هذا التذبذب تذبذباً في استخدام نوعية الرسوم المتحركة ، فقد استخدمت صحيفة الجمهورية الرسوم المتحركة من نوعية [Macromedia Flash] في إعلاناتها بصورة مكثفة في معظم اتجاهات الصفحة ، أما صحيفة الأهرام فقد استخدمت الرسوم المتحركة من نوعية [Gif] على نطاق ضيق فقد استخدمتها في صورة واحدة فقط ، غير أنه يؤخذ عليها كبر حجمها من زاوية وزيادة عدد إطارات الصورة من ناحية أخرى .

إخراج الصحف الإلكترونية نتائج البحث

أما صحيفة النيويورك تايمز فقد استخدمت تقنية الرسوم المتحركة من نوعية [Gif] في أماكن متفرقة علي الصفحة، فقد استخدمتها في أعلي ووسط وأسفل الصفحة، كما أنها استخدمتها ناحيتي اليمين واليسار، أما المساحة التي شغلتها هذه الصور فقد تعددت ما بين مساحة صغيرة ومساحة كبيرة.

أما صحيفة اليو أس آيه توداي فقد مزجت بين تقنية [Macromedia Flash] وتقنية [Gif] مغلبة الأولى علي الثانية، غير أن ما يميز استخدام صحيفة اليو أس آيه توداي عدم إقراطها في استخدام هذه الرسوم؛ فتارة تستخدم الرسوم من نوعية فلاش، وتارة تستخدم الرسوم المتحركة من نوعية [Gif]، وفي مرات قليلة تمزج بين النوعين، وفي بعض الأحيان لا تلجأ إلي هذا الرسوم أو تلك.

(٢/٢) الصوت:

علي الرغم من أهمية الصوت في التأكيد علي الحدث وإعطائه طابع الحميمية والقرب، إلا أن صحيفتي الأهرام والجمهورية لم تعبرا الصوت اهتماما، وربما يرجع ذلك إلي أن طبيعة الصحافة الورقية التي فرضت علي الصحافة الإلكترونية آليات عملها؛ فالصحافة المصرية لا تهتم بالأرشفة الإلكتروني بقدر اهتمامها بالأرشفة الورقية فهي لا تهتم بتسجيل الخطابات النادرة للقادة والزعماء إذ أن طبيعتها الورقية فرضت عليها إعطاء الأولوية للأرشفة الورقية علي حساب الأرشفة الإلكتروني هذا من زاوية، ومن زاوية أخرى فإن تواجد الصحافة الإلكترونية علي الإنترنت لا يعدو إلا تأكيداً لطابع الصحافة الورقية ويؤكد هذا القول طبيعة المادة المنشورة فهي نسخة مكررة من المادة المطبوعة.

وعلي الجانب الآخر، أفادت صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي من الصوت في تقديم العديد من الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية، أما شكل تقديم ملفات الصوت فقد غلب عليها طابع البث المباشر [Streaming] لهذه المادة من موقع الصحيفة، تلاها السماح للمستخدم بتحميل تلك المادة علي جهازه ثم معاودة تشغيلها في وقت لاحق، وفي أحيان قليلة تركت الصحيفة للمستخدم حرية الاختيار بين البديلين البث المباشر أو التحميل، أما فترة المادة المسجلة هذه فقد تركت لطبيعة الحدث فتارة تصل إلي قرابة ساعة وتارة تستغرق بضع ثواني.

(٢/٢) الفيديو:

إذا كان الصوت يجعل الحدث يتصف بالقرب، فإن مقطوعة الفيديو تجعل المشاهد يتعايش مع الحدث وكأنه من أحد مفرداته، وعلى الرغم من أهمية ملفات الفيديو إلا أنها مازالت أسيرة بطء الاتصالات الأمر الذي جعل الصحف الإلكترونية تستخدمها على نطاق ضيق.

فلقد تباينت صحف الدراسة في استخدام ملفات الفيديو من ناحيتي الكم والكيف، فلم تلجأ صحيفة الجمهورية مطلقاً إلى استخدام وصلات الفيديو على مدار الدراسة، أما صحيفة الأهرام فقد استخدمت تلك وصلات في تقديم نتائج مباريات كرة القدم معتمدة في بادئ الأمر على التسجيل من التلفزيون ثم بدأت فيما بعد تحذف اسم القناة التي تأخذ عنها.

أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد توسعتا في استخدام تلك التقنية في المجالات السياسية والفنية والاجتماعية الخاصة، ففي أحداث كثيرة كانتا تعتمدان على تقنية البث المباشر [on live] للحدث ساعة وقوعه، وفي أغلب الأحيان اعتمدتا على التسجيلات محكومة في ذلك بطبيعة الحدث وقيمه الإخبارية.

العناصر البنائية المساعدة.

تشتمل العناصر البنائية المساعدة على كل من الألوان والمحددات وهما كما يلي:

(١) الألوان.

لقد تجاوزت تكنولوجيا الإنترنت المحاذير التي كانت مفروضة عليها في استخدام الألوان المسماة بالألوان الآمنة، وأصبح الحديث عنها بمثابة هرطقة علمية تعدتها شبكات الإنترنت وأصبح الحديث عن تلك الألوان لصيقاً بالمستعرضات متواضعة الإمكانيات، وعليه يجب أن تعيد الصحف الإلكترونية وجهة نظرها في استخدام تلك الألوان، وأن تبادر باستخدام الألوان التي يقدمها الكمبيوتر والتي تتعدى ١٦ مليون لون، وقد عكست الدراسة تدني استخدام الصحف الإلكترونية للألوان على صدر واجهاتها الإلكترونية، ونعرض فيما يلي لنتائج استخدام تلك الألوان:

(١/١) استخدام الألوان في الخلفيات:

لقد تبانت عينة الدراسة بشأن استخدام الخلفيات اللونية للصفحة والأخبار، وقد جاء هذا التباين لصالح عدم استخدام الخلفيات اللونية؛ فقد رفض واحد وعشرون أكاديمياً بنسبة ٨١٪ استخدام الخلفيات اللونية في الصفحة، بينما رأي خمسة أكاديميين بنسبة ١٩٪ أفضلية استخدام الخلفيات اللونية في الصفحة.

لقد أخطأت الصحف الأربع - عينة الدراسة - من وجهة نظرنا في استخدامها للخلفيات اللونية؛ فلم تتبع الإجراءات الخاصة بفسولوجيا الإبصار والتي تری ضرورة الاعتماد عن استخدام كائنات لونية ذات طول موجي عالي فوق بعضها البعض، أو كائنات لونية ذات طول موجي ضعيف فوق بعضها البعض وقد أكثر من الإجراء الأخير كل صحف الدراسة في استخدامها للون الأزرق علي أرضية سيان.

(١/٢) استخدام الألوان في الروابط:

تتيح تقنية الروابط التي تقدمها لغة [HTML] تقديم ثلاثة ألوان للروابط، أولها اللون الأزرق الفاتح للروابط التي لم يسبق زيارتها [Link]، وثانيها اللون الأزرق البنفسجي للروابط التي تمت زيارتها [Visited Link]، وتركزت اللون الثالث لكل من المستخدم أو مصمم موقع الويب لتحديده؛ وهو لون المستخدم عند وقوف مؤشر الفأرة علي النص (Hover).

بيد أن صحف الدراسة قد تبانت فيما بينها في استخدام تلك القاعدة، فقد طبقت صحيفة الأهرام تلك القاعدة وتركزت للمستخدم حرية تحديد تلك الألوان، أما صحيفة الجمهورية فقد حددت الروابط المزارة وتلك التي لم يسبق زيارتها باللون الأزرق، بينما استخدمت اللون الأزرق للنصوص التي يقف عليها مؤشر الفأرة. أما صحيفة النيويورك تايمز فقد استخدمت اللون الأزرق القاتم في تحديد الروابط التي لم تتم زيارتها، واستخدمت اللون الأزرق الفاتح في الروابط التي تمت زيارتها، في حين استخدمت اللون الأحمر القاتم في الروابط التي يقف عليها مؤشر الفأرة، بيد أن صحيفة اليو أس آيه توداي تجاهلت كل قواعد الربط البصري بين الروابط الزرقاء وارتباط القارئ فقد استخدمت اللون الأسود للروابط الثلاثة.

يعد أسلوب استخدام الألوان علي الصفحة بمثابة البصمة المميزة لكل صحيفة ، فالمستخدم يقوم بالربط البصري بين الألوان الموجودة علي الصحيفة وتذكره للصحيفة من زاوية وتذكره لموضوعاتها من زاوية أخرى ، ومثلما يتم تحديد الصحف من ناحية مضمونها بأنها صحف محافظة أو صحف إثارة فلإن اللون يسهم في تحديد تلك الصحف أيضا .

لقد استخدمت صحيفة الأهرام أسلوب الألوان التكميلية فقد أكثرت صحيفة الأهرام من استخدام اللون الأزرق والأصفر وهما لوان مكملان في عجلة الألوان إذ يقابل بعضهما الآخر ، ويتميز هذا الأسلوب بأنه أسلوب يبعث علي الحركة ، وينظرة سريعة علي صحيفة الجمهورية يتضح إسرافها في اللون الأزرق ودرجاته اللونية ، لذا فهي تنتمي إلي أسلوب الألوان الباردة وتنصف هذه الألوان بالهدوء ، أما صحيفة النيويورك تايمز فتتبع أسلوب التماثلية في تقديم ألوانها ، وهذا الأسلوب يتميز بوحدة الصفحة وجعلها تبدو في شكل متماسك ، فقد اكتفت الصحيفة باستخدام أربعة ألوان فقط هي : الرمادي والأسود بدرجاتهم المختلفة ، والأزرق بدرجاته المختلفة ، والأحمر القاتم ، وهذه الألوان تضفي طابعا من الوقار علي الصحيفة أما صحيفة اليو أس آيه توداي فقد استخدمت أسلوب أحادي اللون فهي لم تستخدم سوي لونين فقط هما اللون الأزرق ودرجاته المختلفة والأسود ودرجاته الرمادية .

يساب علي هذا الألوان جميعها من وجهة نظرنا أنها ألوان قائمة ذات أطوال موجية قصيرة ، فعلي الرغم من أنها تتميز بالهدوء إلا أنها لا تبعث علي التفاؤل ، وربما تتعارض مع قصد الرسالة الإعلامية .

(٢) الهدوء والقواصل:

تقوم الحدود والقواصل بتنسيق وتنظيم المضمون علي الصفحة مما يساعد علي ظهور الصفحة بشكل جذاب ومتناسق ، ونظراً لاختلاف الحدود والقواصل في الصحافة الإلكترونية عن نظيرتها الورقية ، فقد تم تقسيم هذه القواصل إلي نوعين هما :

(٢/١) الفواصل التنظيمية:

يقصد بها الفواصل التي تهتم في المقام الأول بتنظيم وترتيب المضمون، وقد تكون هذا الفواصل ظاهرة للمستخدم يراها بعينه أو تكون مخفية لا يظهر سوى أثرها في تنظيم وتنسيق الأشكال المرئية الموجودة على صفحة الويب، ومن هذه الفواصل الجداول والإطارات والخطوط، وقد استخدمتها الصحف الإلكترونية بشكل معقول فيما عدا إصرافها في استخدام الخطوط المصنوعة من الرسوم الجرافيكية والتي تأخذ حجما كبيرا مقارنة بالفواصل الكلاسيكية (الجداول والخطوط البرمجية).

ولقد جاءت الدراسات التحليلية متفقة مع نتائج كل من الدراسة الميدانية والدراسات السابقة بشأن عدم استخدام الإطارات في الصحف الإلكترونية؛ فقد اتفق المحكمون بنسبة ١٠٠٪ على عدم جدوى استخدام الإطارات في تقسيم الصفحة؛ لأن الإطارات تجعل المستخدم يبدل مجهود إضافي في تحريك الصفحات من ناحية، وتقلل من سهولة وسر حركته داخل موقع الصحيفة من ناحية أخرى،

(٢/٢) الفواصل الجمالية:

يقصد بالفواصل الجمالية الفواصل التي تضيف إلى صفحة الويب مسحة جمالية فضلا عن كونها أداة فصل، وهذه الفواصل هي الأيقونات والعناوين والخلفيات والصور؛ وقد اختلفت صحف الدراسة في استخدامها لتلك الفواصل فلم تجد الصحف المصرية من الأيقونات الموجودة على صفحاتها في فصل موادها ولكنها استخدمتها بشكل جمالي فقط، أما النيويورك تايمز واليو أس ايه توداي فقد برعنا في استخدامهما للأيقونات كأدوات فصل.

كما اختلفت صحف الدراسة في اعتمادها على العناوين كأدوات فصل؛ فقد استخدمتها الصحف المصرية بشكل ثانوي؛ فقد اعتمدت صحيفة الأهرام على تبويب ألوان أرضيات عناوينها عن ألوان المتن في فصل موادها، أما صحيفة الجمهورية فقد اعتمدت على كل من الخطوط الأفقية والإعلانات في فصل موادها جنباً إلى جنب مع العناوين، أما النيويورك تايمز واليو أس ايه توداي فقد اعتمدنا على العناوين بشكل أساسي في فصل موضوعاتها المتجاورة على المستوي الرأسي متعينة في تحقيق الفصل بالبياض المتروك بين النصوص والعناوين من زاوية، وحجم العنوان الأكبر من حجم المتن من زاوية أخرى.

إخراج الصحف الإلكترونية
في حين لم تستخدم الخلفيات كأدوات فصل سوي في جريدة الأهرام التي استخدمتها لتمييز العناوين الرئيسية باللون الأصفر عن المتن الملون باللون الأزرق الفاتح ، وهو إجراء مناف لكل قواعد الإيصار ، فاللون الأصفر من الألوان ذات الطول الموجي العالي ، أما اللون الأزرق فمن الألوان ذات الطول الموجي القصير وتجاور هذين اللونين يجعل حدقة العين تارة متسعة وتارة ضيقة مما يسبب الإجهاد بها ومن ثم الانصراف عن مطالعة الصحيفة .

لم تستخدم صحيفتا الأهرام والجمهورية الصور كفواصل لأنها تقدم موضوعاتها بشكل أفقي لا يسمح بتجاور الموضوعات علي المحور الرأسي ، أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد استخدمتا الصور لفصل موادها علي المحورين الأفقي والرأسي .

ج) العناصر البغائية التفاعلية:

اقترن ميلاد التفاعلية بميلاد الإنترنت وإن كانت لها إرخاصات قبل الإنترنت ، فقد ذابت هذه الإرخاصات في بوتقة الإنترنت التي تعد بمثابة الشبكة التفاعلية علي مساري الشكل والمضمون ، ولما كانت هذه الدراسة تختص بالشكل فقد اقتصرنا علي طرح التفاعلية القائمة علي الوسيلة دونما الدخول في إشكالية تفاعلية المستخدم والرسالة ، وعلي هذا الأساس فقد قدمنا نوعين من التفاعلية : أحدهما : التفاعلية التواصلية ، والآخر : التفاعلية المعلوماتية ، ولكل نوع من هذين النوعين أدواته الخاصة به وهما كما يلي :

(١) التفاعلية التواصلية:

يقصد بالتفاعلية التواصلية الأدوات التي تسمح للمستخدم بالتواصل مع منتج المادة الإعلامية ، وتسمح له في نفس الوقت بأن يصبح هو الآخر منتجا للمادة الإعلامية ، وهذه الأدوات هي : البريد الإلكتروني ، وحجر الترشرة ، والمنتديات واستفتاءات الرأي العام .

لقد تذبذبت الصحف الإلكترونية الأربعة عينة الدراسة في الإفادة من هذه الأدوات ، فقد وصلت الأهرام والجمهورية إلي مستوي ضعيف في الإفادة من إمكانيات البريد الإلكتروني ، فقد استخدمتا في تقديم بريدها الإلكتروني وبريد

المستخدم فقط، أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد توسعتا في استخدامهما لبريد الصحافة، وبريد المحررين، وبريد المواقع الخدمية والإعلانية.

بينما لم تفد الصحف الأربع من حجر الثروة مطلقاً، وفي المقابل توسعت كل من النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي في استخدامهما للمتدنيات وإن اختلفتا في اسمها فصحيفة النيويورك تايمز تقدمها تحت مسمى [Forums] أما صحيفة اليو أس آيه توداي فتقدمها تحت مسمى [Chat]، أما الأهرام والجمهورية فلم تميزا هذا النوع اهتماماً.

أما فيما يتعلق باستفتاءات الرأي العام فلم تفد صحيفة الأهرام منه مطلقاً، أما صحيفة الجمهورية فقد استفادت منه في عمل استفتاء رياضي حول من يفوز بالدوري، أما النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد استخدمتا في تقديم العديد من الاستفتاءات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بطريقة علمية.

(٣) التفاعلية المعلوماتية:

يقصد بالتفاعلية المعلوماتية الأدوات التي تقدم للمستخدم المعلومات التي يريد ما من خلال إدخاله بعض الكلمات المفتاحية للنظام أو من خلال اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية المطروحة أمامه، ومن هذه الأدوات: محركات البحث، والأرشيف، وخريطة الموقع، وقد كانت هذه الأدوات أكثر حظاً من سابقتها وإن تذبذبت صحف الدراسة في الإفادة منها.

لقد تذبذبت صحف الدراسة في الإفادة من محركات البحث بين الإفادة الكاملة إلى عدم الإفادة، فلم تبعاً صحيفة الجمهورية بتقديم محركات بحثية للمستخدم علي الرغم من التحديث الكامل لنسختها مع مطلع عام ٢٠٠٢، أما صحيفة الأهرام فقد قدمت محركاً بحثياً مميزاً يعتمد علي تحديد النطاق الزمني للبحث، وتحديد النطاق الموضوعي، أما صحيفة النيويورك تايمز فقد سبقت الأهرام بخطوة، وذلك من خلال تقديمها لمحركين بحثيين أحدهما تقليدي والآخر متقدم، حددت في الأول النطاق الزمني للبحث، أما المحرك الثاني المتقدم فقد تضمن النطاق الموضوعي للبحث الخاص بآبواب وتقسيمات الصحيفة، أما اليو أس آيه توداي فقد أفادت إفادة شبه كاملة من محركات البحث إذ تضمنت إضافة إلى البحث التقليدي والبحث المتقدم إمكانية البحث داخل الشبكة ككل.

إخراج الصحف الإلكترونية **نتائج البحث**
وعلى الجانب الآخر لم نستخدم صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي
الأرشيف الإلكتروني لاعتمادهما علي نظام التحديث ؛ فتحديث [Updating]
الأعداد وفقاً للموضوعات الصادرة من الصحيفة يمنع الصحيفة من تقديم نفس نسخة
اليوم السابق ، أما صحيفة الأهرام فقد قدمت أرشيف أعدادها من وقت صدورهما علي
الإنترنت خلال عام ١٩٩٨ حتى كتابة هذه السطور ، أما صحيفة الجمهورية فقد جاء
مع التحديث الشامل للصحيفة في بداية عام ٢٠٠٢ وهو قائم علي حفظ الأعداد
اليومية .

لقد تجاهلت الصحيفتان المصريتان - عينة الدراسة - تقديم خريطة الموقع مكثفة
بوضع كل تقسيماتها علي صدر صفحة البدء أما الصحيفتان الأمريكيتان فقد قدمت
خريطة موقعيهما بصورة متميزة وإن اختلفتا في طريقة تقديمهما وفقاً للموضوعات
الموجودة في كل صحيفة من زاوية ، ووفقاً للهدف الذي تنشده الصحيفة من وراء ذلك
من زاوية أخرى .

مقياس التفاعلية:

تم قياس تفاعلية الصحيفة الإلكترونية من خلال مقياس كاري هير ذو الأبعاد
الستة ، بيد أن الباحث قد أجرى علي أبعاد المقياس العديد من الإضافات والتنقيحات
والتحويرات لكي يتوافق المقياس مع المستحدثات التكنولوجية ، فضلاً عن إستحداث
بعضاً جديداً هو : سرعة الحصول علي المعلومات ، وينطبق هذه الأبعاد علي صحف
الدراسة لقياس مدى تفاعليتها اتضح تذبذبت صحف الدراسة فيما بينها في الإفادة من
أبعاد التفاعلية السبعة ؛ فقد تذبذبت أيضاً في التفاعلية الإجمالية وفقاً لتذبذبها في
أبعادها ، فقد حصلت صحيفة الأهرام علي أدنى معدل للتفاعلية حيث حصلت علي
نسبة قدرها ٨٥ ، ٢٢٪ ، بينما حصلت صحيفة الجمهورية علي معدل متقارب
لصحيفة الأهرام ؛ فقد حصلت علي نسبة قدرها ٧٧ ، ٢٣٪ فلم يصل الفارق بينهما
إلي ١٪ .

ويرجع زيادة تفاعلية صحيفة الجمهورية عن تفاعلية صحيفة الأهرام إلي تغير
صحيفة الجمهورية لموقعها تغييراً كاملاً خلال عام ٢٠٠١ ، في حين أن التغيرات التي
حدثت في صحيفة الأهرام لم تكن تغيرات جوهرية فمنذ تأسيس لأهرام لموقعها علي
الإنترنت لم تغيره تغييراً كاملاً مثلما فعلت صحيفة الجمهورية .

إخراج الصحف الإلكترونية **نتائج البحث**

أما صحيفة النيويورك تايمز فقد حصلت علي أعلى معدل للتفاعلية قدره ٥٧, ٧٧٪ بينما حصلت اليو أس إيه توداي علي نسبة قدرها ٤٢, ٦٦٪ ، ويرجع زيادة تفاعلية صحيفة النيويورك تايمز عن صحيفة اليو أس إيه توداي لاستجابتها للمستخدم ومراقبة نظامه أكثر من صحيفة اليو أس إيه توداي .

والفارق الكبير بين تفاعلية الصحف المصرية والأمريكية مرجعه العديد من الأسباب، منها ما يتعلق بفلسفة الصحيفة ذاتها، ومنها ما يتعلق بطبيعة المجتمع الذي تعيش فيه هذه الصحف والذي يتعكس علي تفكير القائمين علي هذه الصحف؛ فلم تدرك الصحف المصرية حتى اليوم أهمية الصحافة الإلكترونية باعتبارها البديل الطبيعي للصحف الورقية، علاوة علي الفارق البيئي والثقافي بين الجمهور الموجه له الصحيفة الإلكترونية، فالجمهور المصري مازال أكثر من نصفه يعاني من الأمية الأبجدية، وأما النصف المتعلم فلم يتجاوز عدد المستخدمين منهم للإنترنت ١٪ وفقا لإحصائيات استخدام الإنترنت، أما المجتمع الأمريكي فأكثر من نصفه يتعامل مع هذه الوسيلة .

ثانياً: تصميم واجهة الصحف الإلكترونية:

يقصد بتصميم واجهات الصحف الإلكترونية توزيع العناصر البنائية علي الصفحة بصورة متناغمة يؤدي فيها كل عنصر بنائي دوراً محدداً من زاوية وتسهم هذه العناصر مجتمعة في جذب المستخدم إلي الموقع من زاوية أخرى .

ومن ثم فإن التصميم يركز علي نقطتين جوهريتين هما مساحة الصفحة التي توزع عليها العناصر البنائية، وحركة العين ومبادئ التصميم اللتان تسهمان في تحديد مسار المستخدم علي الصفحة .

لذا فإن نتائج الدراسة تعرض لكيفية استغلال الصحف الإلكترونية لمساحة الصفحة من ناحية واستخدامها لمبادئ التصميم وحركة العين من ناحية أخرى :

(أ) مساحة الصفحة:

تعتمد مساحة الصحيفة الإلكترونية المحك الأساسي الذي يبني عليه المخرج تصوره؛ فهو لا يستطيع أن يتعدى تلك المساحة فهو محكوم بعرض الصفحة المحدد ٨٠٠ بيكسل والذي يعني تجاوزه إرهاباً للمستخدم ومن ثم انصرافه عن متابعة

إخراج الصحف الإلكترونية نتائج البحث
الصحيفة، بيد أنه يمكن أن يموض عرض الصحيفة بتطويل مساحة الصفحة، فالمساحة الفعلية التي تضمها الصفحة هي ٦٠٠ بيكسل، غير أن تجاوز هذه المساحة لا يضايق المستخدم كثيراً إذ أنه اعتاد القراءة الطويلة أكثر من القراءة المرئية، ومن ثم يمكن تطويل الصفحة من وجهة نظرنا إلى ثلاث شاشات أي ١٨٠٠ بيكسل، وبتطبيق هذه القاعدة على صحف الدراسة تبين تبني صحف الدراسة لهذه القاعدة باستثناء صحيفة النيويورك تايمز التي تجاوزت هذه المساحة في معظم الأحوال لتصل إلى قرابة ٣٠٠٠ بيكسل.

لقد فرضت هذه المساحة على كل صحيفة أن تنتهج سياسة مميزة لها في عرض موضوعاتها، فقد تبنت صحيفتا الأهرام والجمهورية أسلوب عرض الموضوعات بشكل أفقي؛ وذلك نظراً لقلة الموضوعات التي تعرضها الصحيفتان، أما صحيفة النيويورك تايمز فقد تبنت الأسلوب الرأسي في تقديم موضوعاتها نظراً لتنوع موضوعاتها في شتى المجالات مما يصعب معه تقديمها بشكل أفقي، أما صحيفة اليوم أس آيه تو داي فقد مزجت بين الأسلوبين مولدة أسلوباً مختلطاً يمتص عيوب كل من الإخراج الأفقي والرأسي من زاوية، ويبرز محاسنها من زاوية أخرى.

وقد أدي الأسلوب الأفقي في صحيفة الأهرام إلى تقسيم صفحاتها إلى ثلاثة أعمدة: العمود الأيمن؛ وتستخدمه الصحيفة في إدراج موادها شبه الثابتة من عدد إلى آخر، والعمود الأوسط ويشغل مساحة كبيرة تخصصية الصحيفة لطرح موادها المتغيرة من عدد إلى آخر، والعمود الأيسر؛ تستخدمه الصحيفة في تقديم موضوعاتها الثابتة من عدد إلى آخر.

أما صحيفة الجمهورية فقد قسمت واجهتها إلى أربعة أعمدة: العمود الأول (الأيمن) يتسم هذا العمود بالثبات من عدد إلى آخر، والعمود الثاني يقع مجاوراً للعمود الأيمن وتدرج فيه الصحيفة موادها المتغيرة، والعمود الثالث (مجاور للعمود الثاني) ويجمع هذا العمود بين الثبات والتغير فتضع الصحيفة في نصفه العلوي عناوين متغيرة وفي نصفه السفلي تضع أيقونات ثابتة، العمود الرابع (الأيسر) تضع فيه الصحيفة أيقونات شبه ثابتة.

أما صحيفة النيويورك تايمز فقد قسمت واجهتها إلى أربعة أعمدة وهم من اليسار إلى اليمين، العمود الأيسر يتصف هذا العمود بالثبات من تحديث إلى آخر، أما

إخراج الصحف الإلكترونية **نتائج البحث**
المسود الثالث والرابع فهما يحتويان علي مواد متغيرة من تحديث إلي آخر أما العمود الرابع (الأمين) فهو يحتوي علي معلومات شبه ثابتة من تحديث إلي آخر .

لم تتبع صحيفة اليو أس آيه توداي نظام الأعمدة في تقديم موادها بشكل مباشر بل عمدت إلي نظام البلوكات Blocs ؛ فهي تقسم الصفحة إلي عمود طولي ناحية اليسار تضع فيه موادها الثابتة ، وباقية الصفحة تقسمها إلي مجموعة من البلوكات التي تضع فيها موادها المتغيرة من تحديث إلي آخر .

ب) حركة العين ومبادئ التصميم

إن الهدف الأساسي لأي مخرج هو جذب انتباه المستخدم ، ويتحقق هذا الجذب عن طريق حركة العين إلي الشيء المدرك من خلال استخدام مبادئ التصميم ، بيد أن الأبحاث الأكاديمية الخاصة بحركة العين مازالت أسيرة العوامل السيكولوجية لدي المستخدم والتي تجعله يتجذب إلي ما يتوافق معها نفسيا وتزوج أو تهرب من تلك التي لا تتوافق معها سيكولوجيا .

أما فيما يخص مبادئ التصميم فالمخرج يلجأ إليها لمحاولة جذب انتباه المستخدم إلي العناصر البثائية من ناحية ، ولتحقيق الراحة النفسية لدي المستخدم من ناحية أخرى ، ونظراً لاختلاف علماء التصميم حول هذه المبادئ فقد تم اختزالها إلي سبعة مبادئ هي : التوازن ، والوحدة ، والتباين ، والحركة ، والإيقاع ، والتناسب ، والمحاذاة ؛ ويتطبيق هذه المبادئ علي صحف الدراسة تبين ما يلي :

(١) التوازن (الانزاني) :

لقد اختلفت صحف الدراسة حول تطبيق مبدأ التوازن فقد استخدمت صحيفة الأهرام مبدأ التوازن الثام (التماثلي) فقد قسمت صفحة بدتها من أعلي إلي نصفين متماثلين تقريبا هما النصف الأمين والأيسر ، أما صحيفة الجمهورية فقد تبنت التوازن الإشعاعي فالصورة التي تضعها صحيفة الجمهورية في صدر صفحتها الرئيسية تعد بمثابة نواة تتفرع منها مناطق الأهمية علي الصفحة .

أما صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فلم تتبع أي أسلوب من أساليب التوازن ، ومرجع ذلك من وجهة نظرنا يعود إلي رغبة كل منهما إلي جعل كل عنصر مرئي يتنافس علي جذب الانتباه .

(١) الوحدة:

لقد أعلنت الصحف الأربع من وحدة الصفحة علي حساب وحدة الموضوع وهو إجراء محمود في صفحة البدء، التي تحتاج إلي إن يشعر القارئ بالألفة مع الموضوعات وهو يطلع عليها.

(٢) التباين:

لقد استخدمت الصحف الأربع أسلوب التباين في الأحجام والألوان والخطوط والصور بشكل ملائم نجم عنه توزيع مناطق الأهمية، وهو ما يتفق مع صفحة البدء، وهذا التباين لا يتعارض مع الوحدة العامة للمصفحة.

(٣) المحاذاة:

لقد استخدمت الصحف المصرية عينة الدراسة المحاذاة من اليمين إلي اليسار في تقديم نصوصها، بينما لجأت الصحف الأمريكية عينة الدراسة إلي المحاذاة من اليسار إلي اليمين وذلك ما يتوافق مع اتجاه اللغة.

علاوة علي ذلك فقد تبنت صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي المحاذاة الرأسية من أعلي إلي أسفل لتقديم صورهما.

(٤) الحركة:

قد اتبعت صحيفة الجمهورية الحركة من اليمين إلي اليسار لتوافق ذلك مع طبيعة اللغة، وعلي نفس المتوال سارت صحيفتا النيويورك تايمز واليو أس آيه توداي فقد قدمت الحركة من اليسار إلي اليمين، بيد أن الأهرام قد غيرت من تلك الحركة في تقديم تبويب موضوعاتها (تقسيمات الصحيفة) جهة اليسار.

(٥) الإيقاع:

ينتج الإيقاع عن طريق تكرار بعض العناصر البنائية بصورة متناخمة وقد استخدمت هذا الأسلوب صحيفة الأهرام حيث كررت الخلفيات اللونية الصفراء علي الصفحة بصورة تشعر المشاهد أن الصفحة تنبني إيقاعًا، ويظهر ذلك بجملاء عند التبديل بين الخلفية الصفراء وبين الخلفية السيان.

إخراج الصحف الإلكترونية نتائج البحث

(٦) التناسب:

يظهر التناسب في كل صحف الدراسة خاصة في تقسيمها للأعمدة الطولية علي الصفحة ، كما يظهر التناسب بين النصوص الصغيرة والعناوين الكبيرة .

مقارنة نتائج الدراسة بالدراسات السابقة

ثمة حالة من التباين والاتفاق بين نتائج الدراسة الراهنة ونتائج الدراسات السابقة التي عرضت لها الدراسة فتلتقي أحيانا وتختلف في بعض الأحيان ، فقد أفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في وضع بعض الضوابط والأسس التي يمكن أن يسترشد بها في الحكم علي بعض العناصر البنائية .

لقد اتفقت صحف الدراسة الأربع مع نتائج الدراسة الميدانية ونتائج الدراسات السابقة بخصوص حجم الخط ، فقد رأت عينة الدراسة الميدانية نسبة ٨٥٪ أفضل للخط الذي حجمه ١٢ نقطة للقراءة المستمرة متفقة في ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التي قدمها تومس وجينفر وهاري عام (١٩٩٥) وتلك التي قدمها ميشال وتشاي عام (٢٠٠٢) مع بعض الاختلافات الطفيفة المتمثلة في تعزيز الخطوط كبيرة الحجم التي يصل حجمها إلي ١٤ نقطة .

ولقد جاءت الدراسة التحليلية متفقة مع نتائج كل من الدراسة الميدانية والدراسات السابقة بشأن عدم استخدام الإطارات في الصحف الإلكترونية ؛ فقد اتفقت عينة الدراسة الميدانية بنسبة ١٠٠٪ علي عدم جدوى استخدام الإطارات في تقسيم الصفحة ؛ لأن الإطارات تجعل المستخدم يبذل مجهود إضافي في تحريك الصفحات من ناحية ، وتقلل من سهولة ويسر حركته داخل موقع الصحيفة من ناحية أخرى ، وهذا ما أكد عليه تقرير [Web Week] عام (١٩٩٦) ، وعززته تاري سلفن عام (١٩٩٨) .

فضلا عن الثغوب الأمنية التي يمكن أن يخترق من قبلها الموقع فإن الإطارات صعبة في تعامل المستخدم معها .

اتفقت هذه الدراسة مع دراسة أكسجين عام (١٩٩٨) في أن الصحف الإلكترونية تولي اهتماما أكبر للمعلومات النصية عن المعلومات الجرافيكية ، كما اتفقت معها أيضا في أن الصحف الإلكترونية علي الإنترنت أقل في استخدامها للصور والرسوم

إخراج الصحف الإلكترونية نتائج البحث

كبيرة الحجم مقارنة بالصحف التقليدية . ومرجع اتفاق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة يعود من وجهه نظرنا إلى سببين رئيسيين هما : السبب الأول : أن تحميل الصور يأخذ فترة طويلة لظهورها علي الصفحة ، السبب الثاني أن الصورة الكبيرة تأخذ حيزاً من المضمون النصي الذي قد يتم عرضه .

اتفقت هذه الدراسة مع دراسة فوزي عبد الغني عام (٢٠٠٠) في عدم إعادة الصحف الإلكترونية من العناصر الحديثة التي تقدمها الإنترنت المتمثلة في الوسائط المتعددة (الصوت والفيديو والرسوم المتحركة) والنص الفائق ، والألوان ، بالإضافة إلى ما أشارت إليه دراسة فوزي عبد الغني وأت الدراسة الحالية إن الصحف الإلكترونية لم تفد من العناصر التفاعلية المتمثلة في حجر الثرثرة والمستديت واستفتاءات الرأي العام ، فضلاً عن عدم استخدامها لمحرركات البحث المتطورة .

لقد تبينت الدراسة الحالية في قياسها لتفاعلية الصحف الإلكترونية عن دراسة كتي كيس عام (٢٠٠٠) من حيث عدد الصحف التي تم إخضاعها للدراسة ؛ فقد قاست دراسة كتي تفاعلية مائة صحيفة إلكترونية علي الإنترنت ؛ ونحن نري أن هذا العدد كبير جداً في الدراسة ، وكبر هذا العدد فرض علي الدراسة أن تتبنى أسلوباً غير متعمق في دراستها للعناصر التفاعلية ، علي خلاف الدراسة الحالية التي تناولت تفاعلية أربعة صحف فقط وفقاً لقياس تفاعلية محدد ، نجم عنه تحديد تفاعلية هذه الصحف بدقة مقارنة بالمائة صحيفة السابقة ، في حين اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة كتي في تحديد لأبعاد التفاعلية الست وهي :

١- تمثيل الخيارات

٢- المجهود المبذول من قبل المستخدم

٣- الاستجابة للمستخدم

٤- تسهيل الاتصال الشخصي

٥- سهولة إضافة المعلومات

٦- مراقبة نظام المستخدم

في حين اختلفت معها في إضافة بعداً جديداً لهذه الأبعاد وهو سرعة حصول المستخدم للمعلومات ، فضلاً عن اختلافها في تحديث واستبعاد بعض الفئات في هذه العناصر الست .

إخراج الصحف الإلكترونية نتائج البحث
يأخذ علي صحف الدراسة عدم إعارتها الاهتمام الكافي لتقسيم النصوص
السردية الطويلة إلي نصوص سردية صغيرة يتم الربط بينها بواسطة النص الفائق،
وهو ما أكدت عليه دراسة جاكوب نيلسون عام (١٩٩٧)، وعززته الدراسة الميدانية
التي رأت أن النص الفائق يحقق مجموعة من المزايا منها :

١- إن النص الفائق يساهم في تحديد الموضوع الذي يريد أن يطلع عليه القارئ
بدقة .

٢- إن النص الفائق يمكن أن يضيف معلومات كثيرة يعجز النص السردى عن
تحملها .

٣- إن النص الفائق يساهم في تقسيم القصص الإخبارية حسب الموضوعات
الفرعية المتناغمة مع احتياجات القارئ الفكرية .

وهذه الميزات أكدت عليها دراسات سابقة عديدة منها دراسة مون جوينج عام
(١٩٩٨) ودراسة هيكه وآخرون عام (١٩٩٩)، ودراسة جين ميسون عام (٢٠٠٠)
ودراسة برجر عام (٢٠٠١) .

التعليق العام على النتائج:

١- عكست هذه الدراسة تدني إفادة الصحف الإلكترونية من العناصر البثائية التي
تقدمها الإنترنت، فلم تستخدم هذه الصحف مطلقا القوائم المنبثقة أو المنسدلة
في عرض أقسام الصحيفة، كما أنها لم تستخدم الوسائط المتعددة في توسيع
مساحة الصحيفة وبصفة خاصة النصوص المتحركة .

٢- مازالت الصحف الإلكترونية ورقية في طريقة عرضها للموضوعات فعلى
الرغم من ولوجها على الإنترنت إلا أنها مازالت تعتمد على الجداول الطويلة
(الأعمدة) في فصل النصوص، ومازالت تعامل المستخدم على أنه يتنظر
المضمون الورقي المقدم بالنص فقط .

٣- مازالت الصحافة الإلكترونية تفتقر إلى العديد من الأشكال التفاعلية مثل
حجر الترثرة ، وتعدد اللغات .

٤- لم تقدم هذه الصحف من النظريات الخاصة بعلم البصريات ؛ فهي مازالت
تتبنى إجراءات خاطئة في توجيه حركة العين إلى الأشكال المرئية .

إخراج الصحف الإلكترونية لنتائج البحث

٥- ليس هناك نهج محدد للإنادة من النظريات السيكلوجية الخاصة بالألوان فالصحف تستخدم الألوان بصورة مبتورة عن الواقع العلمي ويدلل علي ذلك انتشار اللون الأزرق في جميع صحف الدراسة بدون استثناء ، وهو إجراء يحتاج إلي إعادة نظر .

٦- تسبني الصحف الإلكترونية الطريقة الخطية في تقديم معلوماتها إلي القارئ ؛ فهي لا تطرح أمامه مسارات مختلفة يمكن أن يسلكها وفقا لثقافته وميوله مجبرة إياه علي انتهاج مسارا واحدا محدد سلفا .

٧- لم تفقد الصحف الإلكترونية من النص الفائت إلا في أضيق الحدود متجنبة الروابط الخارجية التي تربط المستخدم بمعلومات متنوعة ، كما تجنبت ربط المستخدم بقوي فاعلة في النص تمكنه من زيادة معلوماته بشأن الموضوع الذي يقرأه .

محتويات الكتاب

محتويات الكتاب

٣ المقدمة
٥٣ الباب الأول : العناصر البنائية
٥٧ الفصل الأول: العناصر البنائية الأساسية
٦١ المبحث الأول: العناصر البنائية التقليدية
٦١ أولاً: النصوص
٨٠ ثانياً: الصور
٩١ التعليق العام
٩٥ المبحث الثاني: الوسائط الفائقة (النص الفائق)
٩٦ أولاً: ماهية ومفهوم النص الفائق
٩٩ ثانياً: بنية وتكسیر النص الفائق
١٠٢ ثالثاً: نظرية: النص الفائق
١٠٥ رابعاً: وظائف ومعايير النص الفائق
١٠٧ خامساً: أنواع النص الفائق
١١٠ سادساً: أشكال الروابط الفائقة
١١٣ التعليق العام
١١٥ المبحث الثالث: الوسائط المتعددة
١١٦ أولاً: الرسوم المتحركة
١٢٢ ثانياً: الصوت
١٢٦ ثالثاً: الفيديو
١٣٣ التعليق العام
١٣٥ الفصل الثاني: العناصر البنائية المساعدة
١٣٩ المبحث الأول: الألوان
١٣٩ أولاً: نماذج إدراك الألوان
١٥٠ ثانياً: رؤية العين للألوان
١٥٥ ثالثاً: استخدام الألوان في صحف الدراسة
١٦٥ التعليق العام
١٦٧ المبحث الثاني: الحدود والقواصل
١٦٧ أولاً: القواصل التنظيمية
١٧٧ ثانياً: القواصل الجمالية
١٨٥ تعقيب
١٨٧ الفصل الثالث: العناصر البنائية التفاعلية

إخراج الصحف الإلكترونية محتويات الكتاب

١٩١	المبحث الأول: التفاعلية: مفهومها وأبعادها ومستوياتها
١٩٢	أولاً: مفهوم التفاعلية
١٩٨	ثانياً: أبعاد التفاعلية
٢٠٤	ثالثاً: مستويات التفاعلية
٢٠٧	المبحث الثاني: العناصر البنائية للتفاعلية
٢٠٩	أولاً: التفاعلية التواصلية
٢١٧	ثانياً: التفاعلية المعلوماتية
٢٢٦	التعليق العام
٢٢٩	المبحث الثالث: مقياس التفاعلية
٢٣٠	أولاً: إجراءات المقياس
٢٣١	ثانياً: أبعاد المقياس
٢٥٤	ثالثاً: المقياس العام
٢٥٧	الباب الثاني: تصميم واجهات الصحف الإلكترونية وتقويمها
٢٦١	الفصل الأول: تصميم الواجهات
٢٦٥	المبحث الأول: مساحة الشاشة وواجهة الصحيفة الإلكترونية
٢٦٥	أولاً: مساحة الشاشة
٢٦٧	ثانياً: واجهة الصحيفة
٢٨٥	المبحث الثاني: حركة العين ومبادئ التصميم
٢٨٥	أولاً: حركة العين
٢٨٨	ثانياً: مبادئ التصميم
٣٠٧	الفصل الثاني: الدراسة التقويمية
٣١٥	المبحث الأول: طرق تمثيل الواجهة الإلكترونية
٣١٧	أولاً: المؤثرات البرمجية
٣٢٨	ثانياً: الوسائط المتعددة
٣٣٨	ثالثاً: الرسوم المتحركة من لغات البرمجة
٣٤١	المبحث الثاني: نماذج الدراسة التقويمية
٣٤٢	النموذج الأول
٣٤٨	النموذج الثاني
٣٥٤	النموذج الثالث
٣٥٧	النموذج الرابع
٣٦٣	نتائج البحث
٣٨٩	محتويات الكتاب